

Editor: Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si. -
Nurdiana, S.P., M.Si. - Nurjannah, S.Pd., M.Pd.



ISU-ISU KONTEMPORER

LITERASI EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN



Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd - Dr. Tuti Supatminingsih, S.E, M.Si.
Dr. Mustari, S.E., M.Si. - Dr. Muhammad Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si.
Nur Arisah, S.Pd., M.Pd. - Dr. Muhammad Ilyas Thamrin Tahir, S.Pd., M.Pd.
Dedeng Irawan, S.E., M.M. - Nurhayani, S.Pd., M.Pd. - Dede Kurnia, M.Pd.
Atirah, M.Pd. - Nur Astaman Putra, M.Pd. - Andika Isma, S.Pd., M.M.
Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana, S.Pd. - Syamsu Rijal, S.E., M.Si., Ph.D.

ISU-ISU KONTEMPORER LITERASI EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN

Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd

Dr. Tuti Supatminingsih, S.E, M.Si.

Dr. Mustari, S.E., M.Si.

Dr. Muhammad Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si.

Nur Arisah, S.Pd., M.Pd.

Dr. Muhammad Ilyas Thamrin Tahir, S.Pd., M.Pd.

Dedeng Irawan, S.E., M.M.

Nurhayani, M.Pd.

Dede Kurnia, M.Pd.

Atirah, M.Pd.

Nur Astaman Putra, M.Pd.

Andika Isma, S.Pd., M.M.

Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana, S.Pd.

Syamsu Rijal, S.E., M.Si. Ph.D.



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

ISU-ISU KONTEMPORER LITERASI EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN

Penulis

Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd | Dr. Tuti Supatminingsih, S.E, M.Si.
Dr. Mustari, S.E., M.Si. | Dr. Muhammad Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si.
Nur Arisah, S.Pd., M.Pd. | Dr. Muhammad Ilyas Thamrin Tahir, S.Pd., M.Pd.
Dedeng Irawan, S.E., M.M. | Nurhayani, M.Pd. | Dede Kurnia, M.Pd.
Atirah, M.Pd. | Nur Astaman Putra, M.Pd. | Andika Isma, S.Pd., M.M.
Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana, S.Pd. | Syamsu Rijal, S.E., M.Si. Ph.D.

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Prof. Dr. H. Thamrin Tahir, M.Si. | Nurdiana, S.P., M.Si. | Nurjannah, S.Pd., M.Pd.

Proofreader:
Septian Nur Ika Trisnawati, M.Pd

Ukuran:
xi, 337, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-623-6436-54-7

Cetakan Pertama:
Oktober 2021

Hak Cipta 2021, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2021 by Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, hidayah dan kasih sayang kepada para penulis dari berbagai Perguruan Tinggi yang telah mampu menyelesaikan naskah kolaborasi dengan judul **“Isu-Isu Kontemporer Literasi Ekonomi dan Kewirausahaan”**.

Adapun pokok-pokok pembahasan dalam buku *Isu-Isu Kontemporer Literasi Ekonomi dan Kewirausahaan* ini mencakup: 1) *Knowledge Management* sebagai Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan: Sebuah Pendekatan Manajemen; 2) Manajemen Pasar Modal pada Perekonomian Indonesia di Era Pandemi COVID-19; 3) Pasar Modal: Pasar Perdana dan Pasar Sekunder; 4) Metode Analisis Kebijakan pada Rencana Bisnis; 5) Membentuk Perilaku Altruisme dalam Pendidikan Ekonomi; 6) Karakteristik Wirausaha yang Berhubungan dengan Jaringan Usaha; 7) Peningkatan Ekonomi Masyarakat Marginal Sumatera Utara pada Masa Pandemi; 8) Kewirausahaan Berbasis Teknologi (*Technopreneurship*); 9) Kewirausahaan Digital: Perkembangan, Peluang, Tantangan, dan Kompetisi yang Diperlukan; 10) Kewirausahaan dan Ekonomi Islam dalam “Revolusi Industri Keempat”; 11) Berislam dan Berwirausaha; 12) *Entrepreneurial Competence* pada Era Revolusi Industri 4.0; dan 13) Tantangan Strategis Kewirausahaan dalam Membangun Keunggulan Kompetitif yang Berkelanjutan pada Era Ekonomi Digital.

Buku ini telah kami susun dengan semaksimal mungkin dan mendapatkan bantuan dan pertolongan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar dalam proses pembuatan buku ini. Untuk itu, kami mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan terlibat dalam pembuatan buku ini. Terlepas dari semua itu, kami tentunya menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi susunan kalimat ataupun kaidah penulisan. Oleh karena itu, kami dengan tangan terbuka menerima segala saran serta kritik dari para pembaca sehingga kami dapat memperbaiki buku ini.

Demikian yang dapat kami sampaikan, akhir kata kami berharap semoga buku ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi bagi pembaca.

Makassar, 04 Oktober 2021
Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi, FEB
UNM

Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
BAB I. <i>Knowledge Management</i> Sebagai Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan: Sebuah Pendekatan Manajemen	
Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd.	
Universitas Negeri Makassar.....	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Modal Sosial Sebagai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Organisasi	3
C. <i>Knowledge management</i>	9
D. <i>The Resource-Based View of The Firm</i>	17
E. Penutup	19
Daftar Pustaka	21
Profil Penulis	26
BAB II. Manajemen Pasar Modal Pada Perekonomian Indonesia di Era Pandemi COVID-19	
Dr. Tuti Supatminingsih, S.E, M.Si.	
Universitas Negeri Makassar.....	27
A. Pendahuluan.....	27
B. Sejarah Pasar Modal	29
C. Pasar Modal di Indonesia.....	33
D. Pengelolaan Pasar Modal di Indonesia	35
E. Strategi Investasi di Pasar Modal.....	36
F. Dampak COVID-19 terhadap Pasar Modal di Indonesia.....	37
G. Penutup	40
Daftar Pustaka	42
Profil Penulis	45
BAB III. Pasar Modal: Pasar Perdana dan Pasar Sekunder	
Dr. Mustari, S.E., M.Si.	
Universitas Negeri Makassar.....	46
A. Pendahuluan.....	46

B. Pengertian Pasar Modal	47
C. Manfaat Pasar Modal	47
D. Instrumen Pasar Modal	48
E. Jenis-Jenis Pasar dalam Pasar Modal.....	50
F. Karakteristik Pasar Perdana dan Pasar Sekunder.....	52
G. Mekanisme Perdagangan di Pasar Perdana dan Pasar Sekunder	53
H. Perbedaan Pasar Perdana dan Pasar Sekunder	58
I. Penutup	60
Daftar Pustaka	62
Profil Penulis	63

BAB IV. Metode Analisis Kebijakan Pada Perencana Bisnis

Dr. Muhammad Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si.

Universitas Negeri Makassar.....	64
A. Pendahuluan.....	64
B. Konsep Perencanaan Bisnis	65
C. Kebijakan Pada Perencanaan Bisnis	66
D. Metode Analisis Kebijakan Bisnis.....	73
E. Studi Kasus	76
F. Penutup	79
Daftar Pustaka	81
Profil Penulis	84

BAB V. Membentuk Perilaku Altruisme Dalam Pendidikan Ekonomi

Nur Arisah, S.Pd., M.Pd.

Universitas Negeri Makassar.....	85
A. Pendahuluan.....	85
B. Konsep Altruisme	87
C. Konsep Tentang Perilaku Altruisme	87
D. Altruisme Dalam Berperilaku Ekonomi	89
E. Peran Pendidik Dalam Menumbuhkan Perilaku Altruisme	92
F. Perilaku Altruisme Dalam Pembelajaran Ekonomi	95
G. Penutup	100
Daftar Pustaka	101
Profil Penulis	103

BAB VI. Karakteristik Wirausaha Yang Berhubungan Dengan Jaringan Usaha

Dr. Muhammad Ilyas Thamrin Tahir, S.Pd., M.Pd.

Universitas Negeri Makassar.....	104
A. Pendahuluan.....	104
B. Definisi Dari Kewirausahaan.....	105
C. Karakteristik Wirausahawan.....	107
D. Jaringan Usaha.....	109
E. Hubungan Karakteristik Wirausaha Dengan Jaringan Usaha.....	112
F. Penutup	115
Daftar Pustaka	116
Profil Penulis	118

BAB VII. Peningkatan Ekonomi Masyarakat Marginal Sumatera Utara Pada Masa Pandemi

Dedeng Irawan, S.E., M.M.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Eka Prasetya	119
A. Pendahuluan.....	119
B. Metode Penelitian	120
C. Pengertian Masyarakat Marginal	121
D. Ciri-Ciri Masyarakat Marjinal	122
E. Pemberdayaan Masyarakat Marginal.....	123
F. Teknik Pemberdayaan Masyarakat	126
G. Kriteria dan Indikator Masyarakat Marjinal	127
H. Pembagian Masyarakat Marginal	129
I. Strategi Pemberdayaan Mastyarakat Marginal	130
J. Dampak Pandemi COVID-19	132
K. COVID-19 dan Solusi Ekonomi Sosial Bagi kelompok marjinal.....	133
L. Rangkuman Materi	136
Daftar Pustaka	138
Profil Penulis	140

BAB VIII. Kewirausahaan Berbasis Teknologi (*Technopreneurship*)

Nurhayani, M.Pd.

Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai (IAIM Sinjai)	141
---	------------

A. Pendahuluan.....	141
B. Paradigma Kewirausahaan Berbasis Teknologi.....	147
C. Peran Perguruan Tinggi Bagi <i>Technopreneurship</i>	152
D. Peluang Bisnis di Era Revolusi 4.0.....	156
E. Rangkuman Materi	161
Daftar Pustaka	164
Profil Penulis	165
Glosarium	166

BAB IX. Kewirausahaan Digital: Perkembangan, Peluang, Tantangan, dan Kompetisi Yang Diperlukan

Dede Kurnia, M.Pd.

Pendidikan Ekonomi, STKIP Majenang.....	168
A. Pendahuluan.....	168
B. Transformasi Digital: Awal Mula dan Perkembangannya.....	168
C. Transformasi Digital dalam Dunia Bisnis.....	172
D. Konsep Dasar Kewirausahaan dan Kewirausahaan Digital	173
E. Peluang Kewirausahaan Digital.....	178
F. Tantangan Kewirausahaan Digital.....	182
G. Ragam Bisnis Berbasis Digital	185
H. Kreativitas Digital Sebagai Modal.....	189
I. Rangkuman	193
Daftar Pustaka	194
Profil Penulis	199
Glosarium	200

BAB X. Kewirausahaan dan Ekonomi Islam Dalam “Revolusi Industri Keempat”

Atirah, M.Pd.

Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Majene (STAIN MAJENE)	201
A. Pendahuluan.....	201
B. Kewirausahaan Era 4.0	203
C. Bank Syariah Menyesuaikan Diri di Masa Pandemi	208
D. Revolusi Industri Keempat Membantu Wirausaha	209
E. Ekonomi Islam melihat Kewirausahaan	201

F. Literasi Ekonomi Islam.....	213
G. Rangkuman Materi	215
Daftar Pustaka	217
Profil Penulis	220
Glosarium	221
BAB XI. Berislam dan Berwirausaha	
Nur Astaman Putra, M.Pd.	
Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Majene (STAIN MAJENE)	223
A. Pendahuluan.....	223
B. Ber-Islam	224
C. Berwirausaha	225
D. Rangkuman Materi	254
Daftar Pustaka	256
Profil Penulis	257
BAB XII. <i>Entrepreneurial Competence</i> Pada Era Revolusi Industri 4.0	
Andika Isma, S.Pd., M.M	
Universitas Negeri Makassar.....	258
A. Pendahuluan.....	258
B. Revolusi Industri 4.0.....	261
C. Pendidikan Kewirausahaan.....	254
D. <i>Entrepreneurial Competence</i>	267
E. Pembentukan Karakter Kewirausahaan	274
F. Rangkuman Materi	278
Daftar Pustaka	280
Profil Penulis	286
Glosarium	287
BAB XIII. Tantangan Strategis Kewirausahaan Dalam Membangun	
Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan Pada Era Ekonomi Digital	
Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana, S.Pd.	
Universitas Gadjja Mada	291
A. Pendahuluan.....	291
B. Ekonomi Digital.....	294
C. Keunggulan Kompetitif Yang Berkelanjutan	303

D. Kewirausahaan.....	307
E. Manajemen Strategis.....	310
F. Tantangan Strategis Kewirausahaan	314
G. Rangkuman Materi	317
Daftar Pustaka	320
Profil Penulis	325
Glosarium	326
BAB XIV. Studi on The Financial Supporting Pattern of Public Cultural Services	
Syamsu Rijal, S.E., M.Si. Ph.D.	
Universitas Negeri Makassar.....	329
A. Public Cultral Services in China	329
B. The Experice From the World	331
C. Suggestions for China.....	333
Profil Penulis	337

BAB I

KNOWLEDGE MANAGEMENT SEBAGAI KEUNGGULAN BERSAING YANG BERKELANJUTAN: SEBUAH PENDEKATAN MANAJEMEN STRATEGIK DALAM KONTEKS UMKM

Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd.
Universitas Negeri Makassar

A. PENDAHULUAN

Potensi UMKM yang besar menuntut UMKM untuk terus berupaya dan berusaha merumuskan strategi-strategi bisnis, meningkatkan kemampuan bersaing di pasaran dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang semakin cepat di era globalisasi dewasa ini guna meningkatkan kinerja dan mempertahankan usaha. Potensi UMKM yang besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, tidak terlepas dari berbagai masalah dan kendala. Terdapat berbagai kendala yang dihadapi UMKM diantaranya adalah kesiapan fundamental dan mental UMKM yang belum maksimal. Sebagian besar UMKM masih menjalankan usahanya secara konvensional dan belum menerapkan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*). Selain itu, pola pikir *managerial* dari pengelola/pemilik perusahaan UMKM masih cenderung konservatif dan belum mengedepankan aspek keterbukaan informasi kepada publik. Mayoritas UMKM belum menjalankan manajemen usaha secara profesional dan belum memiliki perencanaan usaha dalam jangka panjang, sehingga tidak terdapat kepastian mengenai keberlanjutan usahanya (*sustainability*).

Akan tetapi sebagian besar UMKM, khususnya usaha kecil di Indonesia sama sekali tidak menerapkan sistem organisasi dan manajemen yang umum diterapkan di dalam dunia bisnis modern. Banyak usaha kecil di mana pengusaha mengerjakan semua kegiatan: produksi, pengadaan bahan baku, pemasaran, dan administrasi, dan tidak menerapkan pembukuan, atau melakukannya dengan cara yang primitif (Tambunan, 2012). Oleh sebab itu, timbulah berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adner, R., & Zemsky. (2006). A Demand Based Perspective on Sustainable Competitive Advantage. *Journal of Strategic Management*, 27(1), 215-239.
- Ahmed, P. K., Lim, K. K., & Zairi, M. (1999). Measurement Practice for Knowledge Management. *Journal of Workplace Learning: Employee Counselling Today*, 11(8), 304-311.
- Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136.
- Alipour, M. (2012). The Effect of Intellectual Capital on Firm Performance: An Investigation of Iran Insurance Companies. *Measuring Business Excellence*, 16(1), 53-66.
- Arora, R. (2002). Implementing KM-A Balanced Scorecard Approach. *Journal of Knowledge Management*, 6(3), 240-249.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 9-120.
- Bataineh, Mohammad, T., & Al Zoaby, M. (2011). The Effect of Intellectual Capital on Organizational Competitive Advantage: Jordanian Commercial Banks (Irbid District) an Empirical Study. *Euro Journals, Inc. International Bulletin of Business Administration*, 10(1), 15-24.
- Beshkooh, M., Keyhan, M., & Shahin, H. (2013). Effects of Intellectual Capital on Financial Performance with Regard to Life Cycle and the Company Size. *Journal of Basic and Applied*, 3(2), 209-217.
- Brush, C., & Vanderwerf, P. A. (1992). A Comparison of Methods and Sources for Obtaining Methods Estimates of New Venture Performance. *Journal of Business Venturing*, 7(1), 157-170.
- Buckman, R. H. (1998). Knowledge Sharing at Buckman Labs. *Journal of Business Strategy*, 19(1), 11-15.
- Chen, W., & T. Hatzakis. (2008). Knowledge Management, Absorptive Capacity and Organizational Culture: A Case Study from Chinese

- SMEs. *International Journal of Knowledge Management Study*, 2(1), 371-381.
- Choong, K. F., & S. K. E. Wong. (2010). The Social Technical View of Knowledge Management in Services Industries. *Journal of Social Science*, 6(1), 256-264.
- Christine, N. L. T. (2011). Knowledge Management Acceptance: Success Factors Amongst Small and Medium-Size Enterprises. *American Journal of Economics and Business Administration*, 3(1), 73-80.
- Conner, Kathleen, R., & C. K. Prahalad. (1996). A Resource-Based Theory of the Firm: Knowledge Versus Opportunism. *Organization Science*, 7(9), 477-501.
- Cynthia, C. T. L., Charles, E., David, B., Hong, X., & Ezekiel, C. (2005). Knowledge Management for Small Medium Enterprise: Capturing and Communicating Learning and Experiences. *CIB W99 Working Commission 4th Triennial International Conference Rethinking and Revitalizing Construction Safety, Health, Environment and Quality*. Port Elizabeth, South Africa, 17-20 May.
- Davenport, T. H., De Long, D. W., & Beers, M. C. (1998). Successful Knowledge Management Projects. *Sloan Management Review*, 39(4), 43-57.
- Davenport, T. H., & Volpel, S. C. (2001). The Rise of Knowledge Towards Attention Management. *Journal of Knowledge Management*, 5(3), 212-221.
- Dutton, W. H. B., Kahin, R. O'Callaghan., & A. W. Wyckoff. (2005). *Transforming Enterprises: The Economic and Social Implications of Information Technology*. 1st Edn, MIT Press, MA, Cambridge.
- Fathi, S., Farahmand, S., Khorasani, M. (2013). Impact of Intellectual Capital on Financial Performance. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 2(1), 6-17.
- Ghobadian, A., & Galleary, D. (1997). TQM and Organisation Size. *International Journal of Operations and Production Management*, 17(2), 121-163.

- Goh, S. C. (2002). Managing Effective Knowledge Transfer: an Integrative Framework and Some Practice Implications. *Journal of Knowledge Management*, 6(1), 23-30.
- Gold, A. H., A. Malhotra., & A. H. Segars. (2001). Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective. *Journal Management Information Systems*, 18(1), 185-214.
- Grant, R. M. (1996). Towards a Knowledge-Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, 17(1), 109-122.
- Hameed, I. (2009). Sources of Business Competitive Advantage: A Review. *Journal of Business & Economics*, July-December, 222-233.
- Herschel, R. T., & Nemati, H. R. (2000). Chief Knowledge Officer: Critical Success Factors for Knowledge Management. *Information Strategy: The Executive's Journal*, 16(4), 37-45.
- Holsapple, C. W., & Joshi, K. D. (2000). An Investigation of Factors that Influence the Management of Knowledge in Organizations. *Journal of Strategic Information Systems*, 9(2/3), 235-61.
- Ionela, C. R., Denisa, E. P., Alexandra, E. C., & Andreea, L. R. (2011). Current Approaches Regarding the Knowledge Management Impact on SMEs Performance. *Economia Seria Management*, 14(2), 563-568.
- Iyer, G. S., & S. Ravindran. (2009). Usefulness, Incentives and Knowledge Management. *Journal of Knowledge Management*, 13(1), 410-430.
- Johannsen, C. G. (2000). Total Quality Management in a Knowledge Management Perspective. *Journal of Documentation*, 56(1), 42-54.
- Lee, S. M., & Hong, S. (2002). An Enterprise-Wide Knowledge Management Systems Infrastructure. *Industrial Management & Data Systems*, 102(1), 17-25.
- Lee, H., & Choi, B. 2003. Knowledge Management Enablers, Processes, and Organizational Performance: an Integrative View and Empirical Examination. *Journal of Management Information Systems*, 20(1), 179-228.

- Liebowitz, J. (1999). Key Ingredients to the Success of an Organization's Knowledge Management Strategy. *Knowledge and Process Management*, 6(1), 54-67.
- Maier, R., & Remus, U. (2002). Defining Process-Oriented Knowledge Management Strategies. *Knowledge and Process Management*, 9(2), 103-18.
- Pastoriza, D., Arino, M. A., & Ricart, J. E. (2009). Creating an Ethical Work Context: A Pathway to Generate Social Capital in Firm. *Journal of Business Ethics*, 88(1), 477-489.
- Priem, R. L., & Butler, J. E. (2001). Is the Resource-Based 'View' a Useful Perspective for Strategic Management Research? *The Academy of Management Review*, 26(1), 22-40.
- Prusak, L. (2001). Where did Knowledge Management Come From? *IBM System Journal*, 40(4), 1002-1007.
- Pun, K.F., K. S. Chin., & R. Gill. (2001). Determinants of Employee Involvement Practices in Manufacturing Enterprises. *Total Quality Management*, 12(1), 95-110.
- Rambe, R. F. (2012). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 4(3).
- Ribiere, V. M., & Sitar, A. S. (2003). Critical Role of Leadership in Nurturing a Knowledge Supporting Culture. *Knowledge Management Research & Practice*, (1)1, 39-48.
- Sharp, D. (2003). Knowledge Management Today: Challenges and Opportunities. *Information Systems Management*, 20(2), 27-37.
- Tambunan, T. (2008). *Masalah Pengembangan UKM di Indonesia: Sebuah Upaya Mencari Jalan Alternatif*, Bahan diskusi Forum Keadilan Ekonomi (FKE) Institute for Global Justice, Jakarta, 28 September 2008.
- Tambunan, T. (2010). *Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM, Background Studi RPJM Nasional 2010 – 2014*. Jakarta: Bidang Pemberdayaan Koperasi dan UKM, Bappenas.

- Trussler, S. (1998). The Rules of the Game, *Journal of Business Strategy*, 19(1), 16-19.
- Viedma, J. M. (2003). In Search of an Intellectual Capital General Theory. *Electronic Journal on Knowledge Management*, 1(2), 213-226.
- Wernerfelt, B. (1995). The Resource-based View of the Firm: Ten Years After. *Strategic Management Journal*, 16(3), 171-174.
- Wong, K. Y., & Aspinwall, E. (2004). Characterizing Knowledge Management in the Small Business Environment. *Journal of Knowledge Management*, 8(3), 44-61.
- Wong, K. Y. (2005). Critical Success Factors for Implementing Knowledge Management in Small and Medium Enterprises. *Industrial Management & Data Systems*, 105(3), 261-279.

BIODATA PENULIS



Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd. Lahir di Ujung Pandang, 6 September 1985. Merupakan dosen tetap dan peneliti di Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. Memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar, Indonesia (2007), gelar magister Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar, Indonesia (2009), dan gelar Dr. (Doktor) dalam bidang Pendidikan Ekonomi dari Universitas Negeri Makassar, Indonesia (2020). Tahun 2020 hingga tahun 2024 menjabat sebagai Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Makassar. Sebagai peneliti yang produktif, telah menghasilkan lebih dari 100 artikel penelitian, yang terbit pada jurnal dan prosiding, baik yang berskala nasional maupun internasional. Sebagai dosen yang produktif, telah menghasilkan puluhan buku, baik yang berupa buku ajar, buku referensi, dan buku monograf. Selain itu telah memiliki puluhan hak kekayaan intelektual berupa hak cipta. Muhammad Hasan merupakan editor maupun reviewer pada puluhan jurnal, baik jurnal nasional maupun jurnal internasional. Minat kajian utama riset Muhammad Hasan adalah bidang Pendidikan Ekonomi, Literasi Ekonomi, Pendidikan Informal, Transfer Pengetahuan, Bisnis dan Kewirausahaan. Disertasi Muhammad Hasan adalah tentang Literasi dan Perilaku Ekonomi, yang mengkaji transfer pengetahuan dalam perspektif pendidikan ekonomi informal yang terjadi pada rumah tangga keluarga pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, sehingga dengan kajian tersebut membuat latarbelakang keilmuannya lebih beragam dalam perspektif multiparadigma, khususnya dalam paradigma sosial. Muhammad Hasan sangat aktif berorganisasi sehingga saat ini juga merupakan anggota dari beberapa organisasi profesi dan keilmuan, baik yang berskala nasional maupun internasional karena prinsipnya adalah kolaborasi merupakan kunci sukses dalam karir akademik sebagai dosen dan peneliti.

BAB II

MANAJEMEN PASAR MODAL PADA PEREKONOMIAN INDONESIA DI ERA PANDEMI COVID-19

Dr. Tuti Supatminingsih, S.E., M.Si.
Universitas Negeri Makassar

A. PENDAHULUAN

Pasar modal memegang peranan berarti dalam perekonomian suatu negeri, sebab pasar modal mempunyai 2 peran ialah peran ekonomi serta peran keuangan. Dari segi peran ekonomi, pasar modal memberikan kemudahan dalam memadukan dua macam manfaat, ialah investor yang mempunyai kelebihan modal serta pihak yang memerlukan modal. Karena terdapatnya pasar modal, investor yang kelebihan modal bisa menanamkan modal tersebut dengan tujuan mendapatkan return, serta industri bisa menggunakan modal tersebut untuk keperluan permodalan tanpa harus menunggu modal operasional industri berada pada tempatnya. Dalam peran keuangan, pasar modal membagikan peluang kepada pemilik dana untuk memperoleh pengembalian berdasarkan pada ciri investasi yang diseleksi (Muklis, 2016).

Kehadiran pasar saham Indonesia adalah salah satu aspek berarti bagi perkembangan perekonomian dalam negeri. Fakta membuktikan bahwa banyak perseroan serta perusahaan yang memakai lembaga ini selaku media pembuat untuk meresap investasi serta menguatkan status keuangan mereka. Apalagi saat ini, pasar modal sudah menjadi induk saraf keuangan global ekonomi modern. Tanpa pasar saham yang kuat, berdaya saing internasional serta terstruktur dengan baik, bahkan ekonomi modern pun tidak akan ada. Apalagi, pasar modal digunakan sebagai penanda pertumbuhan ekonomi suatu negeri (Muklis, 2016).

Pasar modal suatu perusahaan merupakan dasar pendanaan yang urgen. Industri yang sudah go public bisa memperluas dasar pendanaannya dengan menjual saham di bursa. Dana yang diterima ialah sumber anggaran jangka

DAFTAR PUSTAKA

- Albab Al Umar, A.U., Pitaloka, H., Hartati, E.R. & Fitria, D. 2020. The Economic Impact of the COVID-19 Outbreak: Evidence from Indonesia. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(3), 71–76.
- Astikawati, Y. & Relita, D.T. 2017. Pengaruh harga saham perusahaan terhadap transaksi jual beli saham di pasar modal Indonesia. *Jurnal PROFIT Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 4(2), 134–144. Dari <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jp/article/view/5586/0>.
- Al Azhar, A. & Montazeri, M.A. 2014. Analisis Abnormal Return Saham, Volume Perdagangan Saham, Likuiditas Saham, Dan Variabilitas Tingkat Keuntungan Saham Sebelum Dan Sesudah Stock Split. *Jurnal Akuntansi (Media Riset Akuntansi & Keuangan)*, 2(1), 36–47. Dari <https://ja.ejournal.unri.ac.id/index.php/JA/article/view/2163>.
- Batubara, Y. 2020. Analisis Masalah: Pasar Modal Syariah Sebagai Instrumen Investasi Di Indonesia. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(7). Dari <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/7246>.
- Hidayah, N.K. & Rozaq, A.A. 2020. Reaksi pasar modal Indonesia terhadap peristiwa virus Corona. *Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 43–58. Dari <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/jii/article/view/1645>.
- Juliati, Y.S. 2015. Peranan Pasar Modal Dalam Perekonomian Negara. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 95–112. Dari <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/180>.
- Junaedi, D. & Salistia, F. 2020. Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pasar Modal Di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2(2), 131. Dari <http://www.journal.laaroiba.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/112>.
- Mar'ati, F.S. 2012. Analisis Efisiensi pasar Modal Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 3(2), 35–44. Dari <http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/download/41/40>.
- Miswanto, M. 2012. KEBIJAKAN DALAM PENENTUAN DAN PENDANAAN MODAL KERJA PERUSAHAAN. *Jurnal Economia*,

- 8(2), 181–195.
- Muklis, F. 2016. Perkembangan dan tantangan pasar modal Indonesia. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 1(1), 65–76. Dari <http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf/article/view/25>.
- Novalina, A., Ramli, R., Daulay, M. & Ruslan, D. 2020. Indonesian Economic The Impact Of COVID 19 (IHSG BY ARDL). *Prosiding Hukum dan Ekonomi Internasional* , 34–45. Dari <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/iple/article/view/1078>.
- Nugroho, A.D. & Robiyanto, R. 2021. Determinant of Indonesian Stock Market's Volatility During the COVID-19 Pandemic. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(1), 1–20.
- Nurafiati, N. 2019. PERKEMBANGAN PASAR MODAL SYARIAH DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA. *INKLUSIF (JURNAL PENGKAJIAN PENELITIAN EKONOMI DAN HUKUM ISLAM)*, 4(1), 65.
- Pakpahan, K. 2003. Strategi Investasi di Pasar Modal. *The Winners*, 4(2), 147.
- Pradnya, I. & Purbawangsa, I. 2017. Pengaruh Rasio Keuangan, Kondisi Pasar Modal, dan Perubahan Nilai Tukar terhadap Return Saham. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(2), 663–696. Dari <https://www.neliti.com/publications/243410/pengaruh-rasio-keuangan-kondisi-pasar-modal-dan-perubahan-nilai-tukar-terhadap-r>.
- Rezeki, F.A.S. & Pitaloka, E. 2020. FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM DI MASA PANDEMIC. *rosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* , 6(2), 131–138. Dari <https://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/view/431>.
- Saraswati, H. 2020. Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pasar Saham Di Indonesia. *AD: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, 3(2), 153–163. Dari <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JAD/article/view/696>.
- Septiani, D., Martono, A.. & Ferdiansyah, L.K. 2020. PENGENALAN MANAJEMEN INVESTASI DAN PASAR MODAL BAGI SISWA/I

- DAN GURU AKUNTANSI SMK BINTANG NUSANTARA. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 2(1), 58–63. Dari <http://103.93.189.203/index.php/KUAT/article/download/681/593>.
- Suhaedading, L.I. 2020. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSSB) saat Pandemi COVID-19 dan Dampaknya bagi Pasar Modal Indonesia. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 2(1), 33–37.
- Syamni, G. 2014. Peran order investor dalam menjelaskan terbentuknya pola volume perdagangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 8(1), 94–106. Dari <http://www.ijil.ui.ac.id/index.php/jaki/article/view/2783>.
- Wardiyah, M. 2017. *Manajemen Pasar Uang dan Modal*. CV. Pustaka Setia. Dari <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/35239>.

PROFIL PENULIS



Dr. Tuti Supatminingsih, S.E., M.Si. Lahir di Masamba, 2 April 1961. Beliau lulus S1 di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasanuddin pada Tahun 1985, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 1999. Pada Tahun 2018 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Ekonomi

Syariah Program Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, dan sekaligus menjabat sebagai Ketua KPRI Universitas Negeri Makassar.

BAB III

PASAR MODAL: PASAR PERDANA DAN PASAR SEKUNDER

Dr. Mustari, S.E., M.Si.
Universitas Negeri Makassar

A. PENDAHULUAN

Pasar adalah tempat dimana orang-orang melakukan hubungan sosial dengan menggunakan infrastruktur yang didalamnya terdapat kegiatan-kegiatan transaksi antara penjual-penjual dengan pembeli barang dan jasa, yang dengan dilakukannya akan mendapat imbalan berupa uang. Dalam pasar menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang. Adapun pengertian dari pasar modal, Pasar modal adalah kegiatan yang didalamnya berhubungan dengan penjualan dan penawaran efek, yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan serta lembaga publik yang berkaitan dengan efek.

Pasar modal sangat penting pengaruhnya dalam perekonomian dikarenakan pasar modal ini banyak memiliki fungsi-fungsi yang dapat meningkatkan sebuah pendapatan. Pasar modal ini merupakan bagian dari pasar keuangan, dimana kegiatannya merupakan tempat mempertemukan penjual dan pembeli atau tempat transaksi jual beli efek, atau perusahaan yang bersifat publik yang berkaitan dengan efek, atau lembaga organisasi yang didalamnya juga melakukan kegiatan jual beli terhadap efek. Adapun yang dimaksud dengan efek adalah surat berharga, surat berharga inilah yang kemudian diperdagangkan pada pasar modal, adapun macam-macam dari efek yaitu, surat berharga komersial, obligasi dan saham, tanda bukti hutang, waran (warrant), dan bukti right (right issue).

Pasar modal ini memiliki tujuan untuk mengikutsertakan masyarakat dalam memperbaiki perekonomian nasional. Adapun tujuan lain yaitu agar masyarakat dapat berpartisipasi dalam memiliki saham agar dapat terjadinya pemerataan pendapatan dan membuat masyarakat lebih sejahtera lagi, serta dengan pasar modal ini masyarakat dapat menggunakan harta atau

DAFTAR PUSTAKA

- Dantes, R., & Ag, M. (2019). *Wawasan Pasar Modal Syariah*. Ponorogo: Wade Group.
- Marlius, D., & Afriyeni. (2007). Analisi Pengaruh Informasi Prospektus Perusahaan Terhadap Initial Return Saham Pada Pasar Perdana Di Bursa Efek Indonesia. *Journal Equilibrium*, 6(13), 1–17.
- Muklis, F. (2016). Perkembangan dan Tantanga Pasar Modal. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 1(1), 65–75.
- Pakpahan, K. (2004). Strategi Investasi Di Pasar Modal. *Journal The Winners*, 4(2), 38–47.
- Susilowati, Y. (2010). Konsekuensi Signal Prospektus Perusahaan Terhadap Initial Return Saham Pada Saham Perdana Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 2(1), 23–40.
- Zahroh, A. (2015). Instrumen pasar modal. *Jurnal Iqtishoduna*, 5(1), 51–65.

PROFIL PENULIS



Dr. Mustari, S.E., M.Si. Lahir di Atakka, 5 Juli 1971. Beliau lulus S1 di Program Studi Manajemen, Universitas Hasanuddin Tahun 1997, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2005. Pada Tahun 2017 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin. Sekarang ini beliau merupakan Dosen Tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar.

BAB IV

METODE ANALISIS KEBIJAKAN PADA PERENCANAAN BISNIS

Dr. Muhammad Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si.
Universitas Negeri Makassar

A. PENDAHULUAN

Bisnis di Indonesia sudah sangat banyak, dari perusahaan mikro sampai perusahaan besar sehingga persaingan bisnis semakin kompleks. Persaingan dalam menjual produk maupun jasa semakin banyak, sehingga banyak para pengusaha menawarkan produk maupun jasanya dengan berbagai macam cara agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dijual. Banyak pengusaha yang bersebelahan dengan menjual barang yang sama sehingga persaingan pun semakin berat. Semakin banyak pesaing, maka semakin banyak cara untuk menarik konsumen agar tertarik membeli produk atau jasa yang dijual. Akan tetapi tidak semua cara dapat berjalan dengan lancar sehingga mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Banyak perusahaan yang baru berjalan tetapi tidak lama kemudian perusahaan tersebut gulung tikar atau bangkrut. Banyak pelaku bisnis yang hanya menginginkan keuntungan yang besar tanpa membuat planning yang tepat dan memikirkan resiko yang mungkin dapat terjadi. Dalam mengantisipasi sesuatu yang tidak diinginkan terjadi pada usaha yang dirintis, maka langkah-langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah membuat perencanaan bisnis sehingga para calon pengusaha dapat mengurangi resiko yang mungkin dapat terjadi pada usaha yang akan dibangun.

Perencanaan bisnis (*Business plan*) menurut Papageorgiou, G. et al., (2019) merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur-unsur yang relevan baik internal, maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai sewaktu usaha. *Business plan* merupakan alat yang sangat penting bagi pengusaha untuk mengambil keputusan dan kebijakan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan yang

DAFTAR PUSTAKA

- Abbrey, J., Bagah, D. A., & Wulifan, J. K. (2015). The relevance of business planning document for small and medium scale enterprises in Tamale Metropolis, Northern Ghana. *Journal of Business Administration and Education*, 7(1).
- Andriani, S. (2016). TAHU CRISPY 4 SAOS (Perencanaan Pendirian Makanan Ringan). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*, 62(14), 1–8.
- Astiti, N. K. A., Yuniarta, G. A., AK, S., & Edy Sujana, S. E. (2017). Pengaruh Debt To Equity Ratio (Der), Current Ratio (Cr), Net Present Margin (Npm), Return On Asset (Roa), Terhadap Dividend Payout Ratio (Dpr) Studi Pada Perusahaan Basic Industry Dan Properti, Real Estate & Building Contruction Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 7(1).
- Astuti, N. K. B., & Yadnya, I. P. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3275.
- Chari, V. V., Christiano, L. J., & Kehoe, P. J. (2021). 12 Policy Analysis in Business Cycle Models. In *Frontiers of Business Cycle Research* (pp. 357-392). Princeton University Press.
- Chauhan, J., Ansari, M. S., Taqi, M., & Ajmal, M. (2019). Dividend policy and its impact on performance of Indian information technology companies. *International Journal of Finance and Accounting*, 8(1), 36-42.
- Fajri, C., Susanto, S., Suworo, S., Sairin, S., & Tarwijo, T. (2021). Pelatihan Perencanaan Kewirausahaan Hidroponik Dan Penguatan Kelembagaan Santripreneur Di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Pengasinan Depok. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 154-160.
- Gumede, N. (2020). Categories of public policies: a contemporary post-colonial and post-apartheid South African perspective. *International*

- Conference on Public Administration and Development Alternative (IPADA).
- Husain, T., & Sunardi, N. (2020). Firm's Value Prediction Based on Profitability Ratios and Dividend Policy. *Finance & Economics Review*, 2(2), 13-26.
- Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & Silva, D. (2015). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033-1051.
- Maksum, I. R., Rahayu, A. Y. S., & Kusumawardhani, D. (2020). A Social Enterprise Approach to Empowering Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. *Small*, 1, 4.
- Nerviana, R. (2016). The Effect of Financial ratios and Company size on Dividend policy. *The Indonesian Accounting Review*, 5(1), 23-32.
- Nurhikmawaty, D., Isnurhadi, I., Widiyanti, M., & Yuliani, Y. (2020). The Effect of Debt to Equity Ratio and Return on Equity on Stock Return with Dividend Policy as Intervening Variables in Subsectors Property and Real Estate on Bei. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 8(2), 72-85.
- Papageorgiou, G., Petrakis, C., Ioannou, N., & Zagarelou, D. (2019, September). Effective business planning for sustainable urban development: the case of active mobility. In *ECIE 2019 14th European Conference on Innovation and Entrepreneurship (2 vols)* (p. 759). Academic Conferences and publishing limited.
- Ratnasari, P. S. P., & Purnawati, N. K. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Tingkat Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Kebijakan Dividen. *E-Jurnal Manajemen*, 8(10), 6179-6198.
- Septiani, M., Ariyani, N., & Ispriyahadi, H. (2020). The effect of stock prices, return on assets, and firm size on dividend payout ratio: evidence from Indonesian financial service companies. *Diponegoro International Journal of Business*, 3(1), 17-27.

- Sijabat, F. D., & Suarjaya, A. A. G. (2018). *Pengaruh DPR, DER, ROA Dan ROE Terhadap Price Earning Ratio Pada Perusahaan Manufaktur* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Silaban, D. P., & Purnawati, N. K. (2016). Pengaruh profitabilitas, struktur kepemilikan, pertumbuhan perusahaan dan efektivitas usaha terhadap kebijakan dividen pada perusahaan manufaktur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1251-1281.
- Suhartono, A. (2015). The Effect of Free cash flow and Ownership Structure on Dividend payout ratio in Manufacturing Companies in Indonesia. *The Indonesian Accounting Review*, 5(2), 129-140.
- Sycheva, I. N., Ovchinnicov, Y. L., Voronkova, O. Y., Akhmetshin, E. M., Kolmakov, V. V., & Vasilieva, A. G. (2018). Economic potential and development prospects of small businesses in rural areas.
- Taslim, F. A. (2016). PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, AKTIVITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Pada Persuahaan Manufaktur yang Terdaftar di BII Periode 2010-2014). *Equilibrium Journal*, 10(1), 1-29.
- Wahyuni, S. F., & Hafiz, M. S. (2018). Pengaruh CR, DER dan ROA terhadap DPR pada perusahaan manufaktur di BEI. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 1(2), 25-42.
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2017). *Strategic management and business policy* (Vol. 55). Boston, MA: pearson.

PROFIL PENULIS



Dr. Muhammad Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si.

Lahir di Ujung Pandang, 9 Juli 1973. Beliau lulus S1 di Program Studi Manajemen, Universitas Hasanuddin Tahun 1988, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Ekonomi Sumberdaya Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada tahun 2006. Pada Tahun 2019 beliau mendapatkan gelar Doktor (Dr.) sebagai lulusan S3 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Makassar. Sekarang ini beliau merupakan dosen tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar.

BAB V

MEMBENTUK PERILAKU ALTRUISME DALAM PENDIDIKAN EKONOMI

Nur Arisah, S.Pd., M.Pd.
Universitas Negeri Makassar

A. PENDAHULUAN

Selama ini perilaku ekonomi yang dianggap eksklusif adalah perilaku ekonomi yang berdasarkan asumsi neoklasik, yaitu perilaku ekonomi yang hanya termotivasi oleh kepentingan pribadi (*self interest*) atau asumsi *homo economicus*. Maksud dari eksklusif di sini adalah dalam ekonomi mainstream perilaku *self-interest* menjadi satu-satunya motivasi bagi semua manusia dan dianggap sebagai perilaku yang paling rasional dan diidealkan serta model mainstream sebagai prediktor perekonomian. Namun kenyataannya perilaku ekonomi manusia sangat kompleks, tidak hanya termotivasi oleh kepentingan pribadi tetapi juga ada dorongan altruisme. Kebanyakan model ekonomi berasumsi bahwa individu bertindak sesuai preferensi mereka berdasarkan kepentingan sendiri. Namun, ada juga paradigma lain di bidang ekonomi yang bertujuan untuk menangkap aspek perilaku yang meliputi keadilan, resiprositas, dan altruisme.

Beberapa penelitian eksperimental banyak menunjukkan adanya altruisme dalam perilaku ekonomi yang berarti menyimpang dari asumsi *homo economicus*. Bukti dari permainan percobaan teori seperti ultimatum dan dictator game, berbagai versi dari public goods game dan keberadaan altruistic punishment menunjukkan bahwa individu yang berbasis non-sosial (*egois/self-interest*) yang dijadikan sebagai penjelas perilaku ekonomi adalah prediktor yang buruk. Bukti Ekonomi, etnografi, dan eksperimental dari berbagai masyarakat tradisional menunjukkan dengan tegas bahwa orang tidak berperilaku sesuai model ekonomi klasik.

Sudah sepatutnya perilaku ekonomi yang alturistik lebih diutamakan dalam perilaku ekonomi, mengingat bahwa semangat perekonomian Indonesia sangat altruistik. Pada tahun 1981 konsep *homo economicus* milik

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Thomas. 2003. *Sekolah Para Juara*. Primagama: Bandung.
- Arifin, B. S. 2015. *Psikologi Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Atkinson, R.L., Atkinson, R.C., Smith, E.E., Bem, D.J., Nolen-Hoeksema, S. (1996). Hilgard's Introduction to Psychology. *Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers*.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. 1986. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 51, 6, 1173-1182. (online), (<http://www.sesp.org/files>), diakses 15 April 2021.
- Bhogal, M. S. 2019. *Altruism advertises cooperativeness*.
- Dayakisni, T., & Hudaniah. 2003. *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Diep, N. A., Cocquyt, C., Zhu, C., & Vanwing, T. (2016). Predicting adult learners' online participation: Effects of altruism, performance expectancy, and social capital. *Computers & Education*, 101: 84-101.
- Gunawan, I., 2019. Develop Educational Leadership by Applying Values and Ethics to Strengthen Student Character. *In 5th International Conference on Education and Technology (ICET 2019)* (pp. 23-29). Atlantis Press.
- Hari, R., Henriksson, L., Malinen, S., & Parkkonen, L. 2015. Centrality of social interaction in human brain function. *Neuron*, Vol. 88, No. 1: 181-193.
- Myers, D. G. 2000. *Social Psychology*. Michigan: Michigan Hopecollege.
- Osch, T. V. 2013. *Towards A Caring Economic Approach*, (online), (<http://editorialexpress.com/cgi-bin/conference>), diakses 5 April 2021.
- Phares, E. J. 1984. *Introduction to Personality*. Columbus, Ohio: Charles E. Merrill Publishing Company.

- Sarwono, S. W. 2002. *Psikologi Sosial: Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Yigit, S., & Acar, E. (2020). Investigation of Physical Education Teachers' Altruism Features. *International Education Studies*. Vol. 13, No. 7: 177-182.

PROFIL PENULIS



Nur Arisah, S.Pd., M.Pd., Lahir di Soppeng, 13 November 1993. Lulus S1 di Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas negeri Makassar pada tahun 2015, kemudian melanjutkan studi S2 pada program Studi Pendidikan Ekonomi Program Pascasarjana, Universitas Negeri Malang dan lulus pada tahun 2017. Sekarang ini terdaftar sebagai Dosen Luar Biasa (Dosen LB) Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar.

BAB VI

KARAKTERISTIK WIRAUSAHA YANG BERHUBUNGAN DENGAN JARINGAN USAHA

Dr. Muhammad Ilyas Thamrin Tahir, S.Pd., M.Pd.
Universitas Negeri Makassar

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah cara atau proses untuk menuangkan kreatifitas seseorang melihat peluang bisnis yang bertujuan untuk mengemukakan pemikiran dan inovasinya dalam membuat sebuah bisnis. Wirausaha itu merupakan seseorang yang dapat menemukan sebuah ide baru dalam mencari peluang di dalam pasar perdagangan. Dengan mampu berpikir dan mengembangkan pemikirannya untuk menciptakan peluang bisnis, orang tersebut sudah bisa dikatakan mulai berjalan di bidang kewirausahaan

Dalam kehidupan sehari-hari, menjalankan suatu profesi pasti ada kriteria yang harus dipenuhi agar mampu mencapai standar kerja yang telah ditentukan oleh perusahaan. Namun, bagi wirausahawan, standar tersebut bukanlah hal yang baku. Setiap orang dapat menjadi wirausahawan. Namun tidak setiap orang dapat menjadi wirausahawan yang berhasil. Dalam perjalanan menuju keberhasilan ini, ada persamaan didalam setiap diri wirausahawan ini yang menjadi gagasan atau poros atau standar dari wirausahawan yang dapat berhasil. Namun, di dalam standar ini, terkadang ada wirausahawan yang tidak memiliki seluruh karakteristik dari wirausahawan yang berhasil, namun tetap berhasil melakukan usahanya. Namun satu yang wajib dimiliki wirausahawan adalah sifat pantang menyerah. Banyak karakteristik penting yang harus dimiliki wirausahawan. Namun pantang menyerah merupakan landasan utama yang harus dimiliki setiap wirausahawan.

Dalam kehidupan berwirausaha, hal utama lain selain karakteristik yang kuat adalah koneksi. Dengan koneksi yang kuat pula, seorang wirausahawan dapat mengembangkan bisnisnya menjadi lebih besar lagi. Koneksi ini sering

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I., & Saleem, I. (2019). Exploring entrepreneurial characteristics among university students: An evidence from India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Burns, P. (2016). *Entrepreneurship and small business*. Palgrave Macmillan Limited.
- Erlangga, H. (2019). The Meaning, Benefit and Importance of Development Entrepreneurship in Higher Education. *Asian Journal of Contemporary Education*, 3(2), 105-110.
- Filion, L. J. (2021). Defining the entrepreneur. In *World encyclopedia of entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
- Forsgren, M. (2016). A note on the revisited Uppsala internationalization process model—the implications of business networks and entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 47(9), 1135-1144.
- Frederick, H., O'Connor, A., & Kuratko, D. F. (2018). *Entrepreneurship*. Cengage AU.
- Hägg, G., & Kurczewska, A. (2016). Connecting the dots—A discussion on key concepts in contemporary entrepreneurship education. *Education+ Training*.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage learning.
- Mishra, C. S., & Zachary, R. K. (2015). The theory of entrepreneurship. *Entrepreneurship research journal*, 5(4), 251-268.
- Öberg, C. (2019). The role of business networks for innovation. *Journal of innovation & Knowledge*, 4(2), 124-128.
- Parker, S. C. (2018). *The economics of entrepreneurship*. Cambridge University Press.
- Reis, J., Amorim, M., & Melo, N. (2018). Omni-channel service architectures in a technology-based business network: an empirical insight. In *International Conference on Exploring Service Science* (pp. 31-44). Springer, Cham.

- Rong, X. I. E. (2020). Research on the Mixed Teaching Mode of Higher Vocational Colleges Based on MOOC—In the Case of " Network Marketing" Course. *DEStech Transactions on Social Science, Education and Human Science*, (icesd).
- Schroeder, A., Ziaee Bigdeli, A., Galera Zarco, C., & Baines, T. (2019). Capturing the benefits of industry 4.0: a business network perspective. *Production Planning & Control*, 30(16), 1305-1321.

PROFIL PENULIS



Dr. Muhammad Ilyas Thamrin Tahir, S.Pd., M.Pd., Lahir di Pangkep, 30 Maret 1990. Memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Makassar (2011), gelar Magister Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Malang (2014), dan gelar Doktor Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Malang. Saat ini terdaftar sebagai Dosen Luar Biasa (Dosen LB) Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar.

BAB VII

PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT MARGINAL SUMATERA UTARA PADA MASA PANDEMI

Dedeng Irawan, S.E., M.M.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Eka Prasetya

A. PENDAHULUAN

Semenjak diumumkan kasus pertama COVID-19 pada bulan Maret Tahun 2020 oleh Presiden Joko Widodo, pemerintah terus berupaya melakukan langkah-langkah mitigatif dan penanganan seoptimal mungkin agar virus ini tidak semakin menyebar dan membawa korban jiwa. Beragam pilihan kebijakan ditempuh untuk menghadang laju penyebaran, mulai dari penerapan physical distancing, hingga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di berbagai daerah yang terpetakan sebagai episentrum penyebaran dan tidak terlepas daerah Sumatera Utara.

Dampak negative dari pandemi COVID-19 hingga saat ini sedang dialami hampir tiap Negara, tak hanya berdampak pada kesehatan tapi juga berdampak pada ekonomi masyarakat terutama bagi masyarakat marginal atau masyarakat ekonomi lemah yang mengandalkan sambungan hidup dari penghasilan perhari yang diperolehnya. Hal ini disebabkan oleh pergeseran permintaan dan penawaran ataupun karena perubahan harga yang tiba-tiba melonjak akibat ketersediaan barang yang sulit. Oleh karena itu, dalam menghadapi dampak virus Corona, salah satu kebijakan Gubernur Sumatera Utara untuk dapat menata kota yaitu dengan berbagai kriteria, adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Sumatera Utara untuk dapat mempunyai ketahanan sosial, ekonomi dan lingkungan yang tinggi sejalan dengan program membangun desa dari pinggiran sebagaimana nawacita pembangunan presiden Jokowi. Di daerah Sumatera Utara banyak sekali masyarakat marginal yang terkena dampak negatif dari pandemi COVID-19 yang disebabkan oleh ketidakmampuan mereka untuk dapat beradaptasi

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas, Vivi, 2020. COVID-19 dan Solusi Ekonomi Sosial bagi Kelompok Marjinal. Diakses dari <https://www.ksi-indonesia.org/en/wawasan/detail/1205-ksixchange-18-COVID-19-dan-dampak-ekonomi-sosial-bagi-kelompok-marjinal-di-indonesia>
- Asmuni, Ahmad, (2017).” Peran Ulama dalam Pemberdayaan Masyarakat Marjinal. *Jurnal Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Prodi dakwah Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon Jawa Barat*.
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , 2019. *Statistik Indonesia Tahun 2019*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , 2020. *Statistik Indonesia Tahun 2020*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.
- Djaffar, Rachmawaty dan Hafied Cangara, (2011). “Internet dan Masyarakat Marginal di Kota Makassar; Studi Kasus Pemanfaatan Galeri Internet BBPPKI,” *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 1 no. 4.
- Gazalba, Sidi, 1976. *Masyarakat Islam, Pengantar Sosiologi Dan Sosiografi*, cetakan pertama. Jakarta: Bulan Bintang.
- Hartanto, Sindu. (2011). *Siapa Kelompok Marginal*. Diakses tanggal 19 Juli 2018, jam 1:49 WIB. <https://sinduhartanto.wordpress.com/2011/01/27/siapa-kelompokmarginal/>
- Hikmat, R. Harry, 2001. Strategi Pemberdayaan Masyarakat. Bandung: Humaniora Utama Press (HUP).
- Isbandi, Rukminto Adi, 2001. *Pemberdayaan Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas*, cetakan pertama. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI.
- Lestari, J. A., Abbas, E. W., & Mutiani, M. (2020). Production Activities of Kampung Purun Banjarbaru as a Learning Resource on Social Studies. *The Innovation of Social Studies Journal*, 1(2), 139-149. *Management Studies*.

- Murtadha, Muthahhari, 1990, *Hijab Gaya Hidup Wanita Islam*, terj. Agus Efendi dan Alwiyah Abdurrahman, Bandung : Mizan.
- Poerwadarminta, W.J.S. (1991). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka
- Semi, M, Atar. (1990). *Metode Penelitian Sastra*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Suyanto, Slamet, 2005. *Dasar-Dasar Pendidikan Anak Usia Dini*. Yogyakarta : Hikayat Publising.
- Utami, Andhyta Firselly, 2013 . Responsibility To Protect dalam Perserikatan Bangsa - Bangsa 2005 - 2009: Sebuah Studi Tentang Perubahan Perilaku Negara Terhadap Norma dalam Hubungan Internasional, Jurnal FH UI 2013.
- [Ema Noviah](http://emanoviahnonformaleducation.blogspot.com/2016/04/masyarakat-marjinal.html), 2016. "MASYARAKAT MARJINAL". Diakses pada Selasa, 12 April 2016 pada <http://emanoviahnonformaleducation.blogspot.com/2016/04/masyarakat-marjinal.html>
- Edi Suharto. *Pembangunan Kebijakan sosial dan Pekerjaan sosial; Spektrum Pemikiran* : Bandung Lembaga Studi Pembangunan STKS (LSP-STKS). 1996.

PROFIL PENULIS



Namanya adalah Dedeng Irawan, SE, MM. yang lahir di Kota Tanjungbalai, 20 Agustus Tahun 1990. Penulis adalah anak Keenam dari delapan bersaudara. Kedua orang tuanya adalah seorang pedagang yang dari semenjak penulis lahir sampai sekarang masih menekuni pekerjaan tersebut. Penulis merupakan suami dari Ibu Norma Yunita Harahap dan telah menikah semenjak 22 April Tahun 2019. Sekarang ini penulis merupakan seorang staf pengajar / dosen di kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Eka Prasetya dan lagi menempuh pendidikan terakhirnya di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Program Pascasarja Strata-3 (S-3) Program Studi Ekonomi Syariah.

BAB VIII

KEWIRAUSAHAAN BERBASIS TEKNOLOGI (*TECHNOPRENEURSHIP*)

Nurhayani, M.Pd.
Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai (IAIM Sinjai)

A. PENDAHULUAN

Dunia digital yang serba internet menjadi bagian yang sangat erat dalam kehidupan sehari-hari mulai dari mengakses media sosial, memesan makanan, bermain game sampai ke berbelanja secara online. Kemudahan seperti ini menjadi daya tarik kepada penyedia jasa yang menawarkan berbagai inovasi agar hidup menjadi lebih efisien. Peran teknologi di era modern menjadi sebuah pondasi baru bagi dunia kewirausahaan karena lebih memudahkan seorang *entrepreneur* untuk menjajahkan ide dan dagangannya melalui *market place* kepada seluruh penjuru negeri hingga ke pelosok desa yang masih dalam jangkauan internet (Dewa, 2017).

Hal ini merupakan sebagian kecil dari terobosan perkembangan teknologi di era industri 4.0. Dalam sektor perekonomian, perkembangan teknologi menjadi faktor perubahan budaya perekonomian secara menyeluruh mulai dari pedagang konvensional yang harus mengikuti perkembangan teknologi yang ada sehingga bisa bersaing di pasar dunia. Perubahan semacam ini tentu menjadi tantangan besar bagi seorang *entrepreneur* untuk mempelajari teknologi yang ada. Namun, di sisi lain tentunya seorang wirausaha yang baru dengan dunia internet akan merasa sulit dalam mengaplikasikan teknologi tersebut sehingga dibutuhkan pelatihan-pelatihan wirausaha. Pada era persaingan global, inovasi seseorang sangat dibutuhkan yang dibarengi dengan berbagai macam rekayasa teknologi untuk mendapatkan performa lebih dari usaha tersebut. Pemanfaatan teknologi mutakhir yang tepat guna dalam mengembangkan jiwa usaha *entrepreneur* dapat mengoptimalkan proses sekaligus hasil dari unit usaha yang dikembangkan (*technopreneurship*) menjadi sebuah

DAFTAR PUSTAKA

- Bayron. 2013. *Social Cognitive Theory, Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions: Tools to Maximize The Effectiveness of Formal Entrepreneurship Education and Address the Decline In Entrepreneurial Activity*. Vol 6 (1)
- Betanika. 2020. Pentingnya Technopreneurship dalam Dunia Pendidikan Tinggi. Vol 1 (1)
- Dewa dan Setyohadi. 2017. Analisis Dampak Faktor *Customer Relationship Management* dalam Melihat Tingkat Kepuasan dan Loyalitas pada Pelanggan *Marketplace* di Indonesia. Vol 14 (1)
- Helisia, Garaika. 2019. *The Influence Of Credibility And Voluntariness Toward Technological Use Behavior: Entrepreneurial Potential Model Approach*. *Intenational Journal Of Entrepreneurship*. Vol 23 (2)
- Herwin. 2015. Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (*Technopreneurship*) di Provinsi Gorontalo. Vol 14 (1)
- Joewono. 2011. Strategi Pengembangan Kewirausahaan Nasional: Sebuah Rekomendasi Operasional. *Jurnal Infokop*. Vol 19
- Marti'ah. 2017. Kewirausahaan Berbasis Teknologi (*Technopreneurship*) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. Vol 3 (2)
- Pate. 2016. *Technology Implementation: Impact On Students Perception and Mindset*. *The International Journal Of Information and Learning Technology*. Vol 33 (2)
- Rahman, Basri. 2019. Peran Kewirausahaan dalam Membangun Ketahanan Ekonomi Bangsa. Vol 2 (1)
- Sumarno. 2017. *Development Of Technopreneurship-Based Entrepreneurship Education for Students At University Of Riau*. *International Journal Of Economic Research*. Vol 14 (12)
- Widodo. 2010. Pengaruh Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja. *Jurnal Among Makarti*. Vol 3 (5)

PROFIL PENULIS



Nurhayani, M.Pd. lahir di Sinjai pada tanggal 04 Agustus 1995. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN 112 Sattulu pada tahun 2002 dan melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Sinjai Tengah kemudian melanjutkan pendidikan di Tingkat Sekolah Menengah yaitu di SMA Muhammadiyah Pattongko. Pada tahun 2013, penulis melanjutkan pendidikan S1 jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Negeri Malang, Program Studi S2 Pendidikan Ekonomi dan selesai pada tahun 2019. Pada tahun 2020 penulis di terima sebagai dosen tetap Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai prodi Ekonomi Syariah.

GLOSARIUM

Entrepreneurship	Kata lain dari kewirausahaan yang mempunyai pikiran berbeda dengan mengoptimalkan segala sumber daya yang ada untuk menghasilkan nilai yang berguna bagi dirinya dan bagi orang lain.
Technopreneurship	Padanan dari kewirausahaan dan teknologi yang dimanfaatkan untuk mengatasi masalah perekonomian
Market place	Wadah perantara antara produsen dan konsumen di dunia maya dalam melakukan transaksi yang menyediakan tempat penjualan dan fasilitas pembayaran.
e-commerce	Proses berbisnis yang menggunakan teknologi elektronik dimana penjualan, pembelian, pemasaran akan barang dan jasa mengandalkan sistem elektronik seperti internet, hp, tv dan lain-lain.
UMKM	UMKM adalah singkatan dari usaha mikro kecil dan menengah yang menjadi tempat usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan ataupun badan usaha sesuai dengan kriteria.
Entrepreneurial skill berwirausaha.	Kemampuan yang dimiliki seseorang dalam
Barter	pertukaran barang dengan barang .
Risk taker	Seseorang yang siap diberikan amanah untuk memperjuangkan tujuan hidupnya dan berani mengambil resiko yang akan terjadi.
Invensi	Ide yang dituangkan dalam pemecahan masalah yang spesifik di bidang teknologi yang meliputi proses, penyempurnaan dan pengembangan suatu produk.
Inovasi	Ide atau gagasan baru yang belum pernah diterbitkan maupun diciptakan oleh seseorang

	sebagai hasil pengembangan yang memberikan nilai yang berarti secara signifikan.
Profit	Istilah lain dari keuntungan jumlah barang atau jasa yang dihasilkan pada penjual periode tertentu setelah dikurangi dengan HPP dan biaya (laba bersih).
Revolusioner	orang-orang yang tergabung dan mendukung revolusi yang menyangkut dasar atau pokok-pokok kehidupan masyarakat.
Eksplotasi	politik secara sewenang-wenang dan terlalu berlebihan untuk kepentingan diri sendiri yang dapat mendayagunakan orang lain di luar batas kemampuannya.
Franchise	tipe bisnis yang digeluti oleh individu-individu yang berbeda namun menjalankan brand bisnis yang sama.

BAB IX

KEWIRAUSAHAAN DIGITAL: PERKEMBANGAN, PELUANG, TANTANGAN, DAN KOMPETENSI YANG DIPERLUKAN

Dede Kurnia, M.Pd.
STKIP Majenang

A. PENDAHULUAN

Di era serba canggih seperti saat ini, pemahaman mengenai kewirausahaan digital menjadi penting untuk dimiliki, khususnya oleh para pelaku bisnis agar dapat tetap *survive* menjalankan aktivitas usahanya. Selain itu dengan memahami kewirausahaan digital, pelaku bisnis atau bahkan siapa pun yang hendak terjun untuk berbisnis diharapkan dapat mengoptimalkan keuntungan yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi agar efektivitas dan efisiensi dalam menjalankan organisasi bisnis dapat tercapai.

Pada bab ini, akan dibahas transformasi digital sebagai cikal bakal tren kewirausahaan digital, peluang, tantangan, beserta kompetensi inti yang diperlukan. Pembahasan ini amat penting agar pebisnis tidak salah langkah dalam mengambil keputusan di tengah perkembangan zaman yang berubah dengan serba cepat seperti saat ini.

B. TRANSFORMASI DIGITAL: AWAL MULA DAN PERKEMBANGANNYA

Diskusi mengenai kewirausahaan digital sebagai objek diskusi utama dalam bab ini tidak akan dapat berdiri sendiri, sebab akan terkait dengan istilah-istilah seperti digitisasi, digitalisasi, dan transformasi digital. Ketiga istilah tersebut merupakan hal yang berbeda namun saling terkait karena ketiganya merupakan cikal bakal dari lahirnya kewirausahaan digital sebagaimana sekarang ramai didiskusikan. Secara terminologi digitisasi merujuk pada perubahan artefak analog menuju pada bentuk artefak digital. Contoh dari digitisasi seperti perubahan yang terjadi yang terjadi pada sebuah foto, jika dahulu foto harus disimpan dalam sebuah album fisik,

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, P. J. (2019). *Digital Entrepreneurship* (1 ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429506567>
- Badan pusat statistik, B. (2020). *Hasil Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19*.
- Burhan, A. F. (2020). Kunjungan ke Aplikasi Alodokter & Halodoc Naik 600% Efek Virus Corona. *Katadata*.
katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a421548005/kunjungan-ke-aplikasi-alodokter-halodoc-naik-600-efek-virus-corona
- Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (2007). *Entrepreneurship: Concept, Theory, and Perspective* (1 ed.). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
<https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8>
- Curran, D. (2018). Risk, innovation, and democracy in the digital economy. *European Journal of Social Theory*, 21(2), 207–226.
<https://doi.org/10.1177/1368431017710907>
- Das, K., Gryseels, M., Sudhir, P., & Tan, K. T. (2016). *Unlocking Indonesia's Digital Opportunity* (Nomor October).
- Davidson, E., & Vaast, E. (2010). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, June.
<https://doi.org/10.1109/HICSS.2010.150>
- Dinh, T. Le, Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards A Living Lab for Promoting The Digital Entrepreneurship Process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1–17.
- Drucker, P. F. (2015). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles* (1 ed.). Routledge.
- Du, W., Pan, S. L., Zhou, N., & Ouyang, T. (2018). From a marketplace of electronics to a digital entrepreneurial ecosystem (DEE): The emergence of a meta-organization in Zhongguancun , China. *Information System Journal, Special Issue*, 1–18.
<https://doi.org/10.1111/isj.12176>
- Fayolle, A. (2007). *Entrepreneurship and New Value Creation: The*

- Dynamic of The Entrepreneurial Process*. Cambridge University Press.
- Giones, F., Brem, A., & Clark, J. H. (2017). Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51.
- Guthrie, C. (2014). The Digital Factory: A Hands-On Learning Project in Digital Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115–133.
- Hair, N., Wetsch, L. R., Hull, C. E., Perotti, V., & Hung, Y.-T. C. (2012). Market orientation in digital entrepreneurship: advantages and challenges in a web 2.0 networked world. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 9(6), 1–18. <https://doi.org/10.1142/S0219877012500459>
- Hess, T., Benlian, A., Matt, C., & Wiesböck, F. (2016). How German Media Companies Defined Their Digital Transformation Strategies. *MIS Quarterly Executive*, 15(2), 103–119.
- Hinings, B., Gegenhuber, T., & Greenwood, R. (2018). Digital innovation and transformation: An institutional perspective. *Information and Organization*, 28(1), 52–61. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2018.02.004>
- Hootsuite, & Social., W. A. (2021). *Digital 2021: Local Country Headlines*. https://datareportal.com/reports/digital-2021-local-country-headlines?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2021&utm_content=Dual_Report_Promo_Slide
- Hull, C. E., Hung, Y.-Ti. C., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. *International Journal Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290–303. <https://doi.org/10.1504/IJNVO.2007.015166>
- Karayiannis, A. D. (2003). Entrepreneurial functions and characteristics in a proto-capitalist economy the xenophonian entrepreneur. *Wirtschaftspolitische Blatter*, 50, 553–563. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.466.5850&rep=rep1&type=pdf>

- Katawetawaraks, C., & Wang, C. L. (2011). Online Shopper Behavior: Influences of Online Shopping Decision. *Asian Journal of Business Research*, 1(2), 66–74. <https://doi.org/10.14707/ajbr.110012>
- Kooskora, M. (2021). The Role of an Entrepreneurial Mindset in Digital Transformation Case Study of the Estonian Business School. In M. Soltanifar, M. Hughes, & H. Göcke (Ed.), *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society* (hal. 143–164). Springer.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2018). Digital entrepreneurship A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>
- Lee, M. R., & Chen, T. T. (2014). Digital creativity: Research themes and framework. *Computers in Human Behavior*, 42, 12–19. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.001>
- Matzler, K., Strobl, A., Thurner, N., & Füller, J. (2015). Switching experience , customer satisfaction , and switching costs in the ICT industry. *Journal of Service Management*, 26(1), 117–136. <https://doi.org/10.1108/JOSM-04-2014-0101>
- McKibbin, W., & Fernando, R. (2020). The economic effects of COVID-19. In *Economics in the Time of COVID-19* (hal. 45–51). <https://voxeu.org/content/economics-time-COVID-19>
- Mele, C., Russo-spena, T., & Kaartemo, V. (2020). The Impact of Coronavirus on Business: Developing Service Research Agenda for a Post-Coronavirus World. *Journal of Service Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1108/JSTP-07-2020-0180>
- Nzembayie, K. F. (2017). Using insider action research in the study of digital entrepreneurial processes : A Pragmatic Design Choice. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 15(2), 85–98.
- O’Dea, S. (2020). *Forecast Number of Mobile Users Worldwide from 2020 to 2024 (in billions)*. statista. <https://www.statista.com/statistics/218984/number-of-global-mobile-users-since-2010/>
- OECD. (2017). OECD Digital Economy Outlook 2017. In *OECD Digital*

- Economy Outlook* 2017. OECD Publishing.
<https://doi.org/10.1787/9789264276284-en>
- OECD. (2020). *OECD Digital Economy Outlook 2020*. OECD Publishing.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1787/bb167041-en>.
- Rashidi, R., Yousefpour, S., Sani, Y., & Rezaei, S. (2013). Presenting a Butterfly Ecosystem for Digital Entrepreneurship Development in Knowledge Age. *7th International Conference on Application of Information and Communication Technologies*.
<https://doi.org/10.1109/ICAICT.2013.6722798>
- Reynolds, D. P. (2007). *Entrepreneurship in The United States: The Future is Now* (Z. J. Acs & D. B. Audretsch (ed.)). Springer Science.
- Ronstadt, R. C. (1982). Does entrepreneurial career path really matter. In K. H. Vesper (Ed.), *Frontiers of Entrepreneurship Research: Proceedings of the Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference*. Babson College.
- Sahut, J., Iandoli, L., & Teulon, F. (2019). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>
- Samara, G., & Terzian, J. (2021). Challenges and Opportunities for Digital Entrepreneurship in Developing Countries. In M. Soltanifar, M. Hughes, & H. Göcke (Ed.), *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society* (hal. 283–302). Springer.
- Schallmo, D. R. A., & Williams, C. A. (2018). *Digital Transformation Now! Guiding the Successful Digitalization of Your Business Model*. Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-72844-5>
- Smailhodžić, E., & Berberović, D. (2021). Digital Creativity: Upgrading Creativity in Digital Busines. In M. Soltanifar, M. Hughes, & H. Göcke (Ed.), *Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society*. Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6_9
- Soltanifar, M., & Smailhodžić, E. (2021). Developing a Digital Entrepreneurial Mindset for Data-Driven, Cloud-Enabled, and Platform-Centric Business Activities: Practical Implications and the Impact on Society. In M. Soltanifar, M. Hughes, & H. Göcke (Ed.),

- Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society* (hal. 3–21). Springer. <https://doi.org/10.4324/9780429506567-1>
- Spinelli, S. J., & Adams, R. (2012). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* (9 ed.). McGraw-Hill. http://lib1.org/_ads/04CF99927CA96F120567187BDE42119C
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (4 ed.). Salemba Empat.
- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49, 55–73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology Into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.
- Wirtz, B. W. (2019). *Digital Business Models: Concept, Models, and the Alphabet Case Study*. Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-13005-3>
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (1996). *Entrepreneurship and New Venture Formation* (1 ed.). Prentice-Hall, Inc.

PROFIL PENULIS

Dede Kurnia—Lahir di Tasikmalaya, 18 Maret 1994. Saat ini tercatat sebagai dosen di Program Studi Pendidikan Ekonomi, STKIP Majenang. Penulis menyelesaikan pendidikan S-1 pada tahun 2017 di jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya. Kemudian pada tahun 2019, penulis menyelesaikan pendidikan S-2 pada jurusan Pendidikan Ekonomi, program pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Ketika menjadi mahasiswa, penulis pernah beberapa kali mendapat prestasi pada tingkat nasional dalam penulisan karya ilmiah. Adapun setelah resmi menjadi dosen pada 2019, pada akhir tahun 2020 lalu penulis dinobatkan sebagai penulis artikel terbaik pertama dalam acara *Wijayakusuma National Conference* (WiNCo) dengan judul artikel “*Upaya Melahirkan Wirausaha Baru ditinjau dari Perspektif Teori Perilaku Terencana*”.

GLOSARIUM

Big Data	volume besar data baik terstruktur maupun tidak terstruktur.
Bisnis Digital	inisiasi, transaksi, dan pemeliharaan proses pertukaran layanan antar mitra ekonomi melalui teknologi informasi
Digitisasi	perubahan artefak analog menuju pada bentuk artefak digital.
Digitalisasi	penggunaan teknologi digital dan data baik data fisik atau data digital untuk keperluan penciptaan nilai tambah.
Kewirausahaan	kemampuan menciptakan sesuatu yang berbeda.
Kreativitas	mengubah ide-ide baru dan imajinatif menjadi kenyataan.
Kreativitas digital	kreativitas yang didorong oleh teknologi digital
Transformasi	perubahan secara berangsur-angsur sehingga sampai pada tahap ultimate.
Transformasi digital	penggunaan teknologi digital secara radikal.
Wirausaha	orang yang menerapkan nilai-nilai kewirausahaan.

BAB X

KEWIRAUSAHAAN DAN EKONOMI ISLAM DALAM “REVOLUSI INDUSTRI KEEMPAT”

Atirah, M.Pd.

Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Majene (STAIN MAJENE)

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan perspektif antara ekonomi umum dan ekonomi Islam mengalami titik temu dalam prakteknya, salah satu contohnya beberapa hukum Islam sudah mulai dipergunakan dalam dunia perbankan. Apalagi dengan kebijakan baru pemerintah dengan melakukan *merger* terhadap semua bank dalam negeri yang berlabel syariah, hal ini menunjukkan bahwa di Indonesia sendiri perspektif hukum Islam atau syariat Islam dalam dunia ekonomi sudah banyak diadopsi. Sebagai contoh lain adalah spesifikasi MUI yang membuat masyarakat muslim memiliki pedoman sebagai konsumen dalam memilih barang-barang yang halal untuk dikonsumsi, ini sedikit banyak mengisyaratkan bahwa di Indonesia sendiri keberadaan hukum Islam sudah banyak diadopsi selain karena mayoritas penduduk Indonesia yang muslim, hukum Islam dianggap memberikan tingkat keadilan dan pengawasan tidak hanya berperilaku tetapi dalam melakukan kegiatan ekonomi.

Kegiatan ekonomi memang sebaiknya tidak dilepaskan dari unsur Agama didalamnya. Sebagaimana Agama dan aktivitas wirausaha memiliki hubungan yang kompleks dan saling tergantung (Fauzan, 2014) kepercayaan agama seseorang akan mempengaruhi bagaimana seseorang tersebut melakukan kegiatan ekonomi. Berbicara dalam perspektif Islam kegiatan kewirausahaan yang digambarkan secara sederhana melakukan kegiatan ekonomi untuk menghasilkan nilai, nilai tersebut diartikan sebagian besar adalah uang atau keuntungan. Dalam hal ini Islam pun mewajibkan setiap muslim, memiliki tanggungjawab untuk bekerja. Bekerja merupakan cara untuk memiliki harta kekayaan, sebagaimana Firman Allah SWT dalam Q.S.

DAFTAR PUSTAKA

- Manisih,Susiana. 2015.Urgensi Literasi Ekonomi Islam Pada Generasi Muda Muslim. Dialog Journal Vol 38 (2).
- Firdaus,Nur.2014. Pengetasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial. JurnalEkonomi Pembangunan. Vol 22(1)
- Fauzan, 2014. *Hubungan Religiusitas dan Kewirausahaan: Sebuah Kajian Empiris Dalam Perspektif Islam*, MODERNISASI, Vol. 10, No. 2, , hal. 148.
- Respati,Hariato. 2009. Sejarah Konsepsi Pemikiran Kewirausahaan. Jurnal Ekonomi Modernisasi. Vol.5 (3)
- Peirera,A.C, and Fernando Romero. 2017. Review of the meaings and the implications of the Industri 4.0 Concept. Procedia Manufacturing 13 : 1206-14
- Cahyani, Rusnandari Retno. 2020. Apa Perkembangan Terbaru Sejarah Kewirausahaan di Era Industri 4.0? Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan. Vol.9 (2)
- Oosthuizen. 2018. *Entrepreneurial Intelegence : Expanding Schwab's Four-Type Intelegence Proposition to Meaningfully Addres The Challenges Of The Ffourth Industrial Revolution*. *Proceedings of the 28th Annual Conference of the Southern African Institute of Management Scientists* ISBN:978-0-620-71797-7 Page 379
- Dutot,V. And Van Horne, C. 2015. “ *Digital Entrepreneurship Intentional Developed Vs Emerging Country : an Exploratory Study France and The UAE*”, *Transnational Corporations Review*, Vol.7 (1) pp.79-96
- Nambisan, S. 2017. “*Digital Entrepreneurship: toward a digital technology perspective of entrepreneurship*”, *Entrepreneurship Theory and Practice* Vol.41 (6).pp 1029-1055
- Nugraha, Aryan Eka Prasetya dan Wahyuastuti,Novika. 2017. *Startuo Digital Business : Sebagai solusi Penggerak Wirausaha Muda*. Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis Vol.2 (1). Hal 1-9.
- Bahri. 2018. Kewirausahaan Islam : Penerapan Konsep Berwirausaha dan bertransaksi Syariah dengan metode Dimensi Vertikal

- (Habblumminallah) dan dimensi Horizontal (Habblumminannas). Maro Jurnal Syariah dan Bisnis. Vol 1 (2).
- Rahmawati. 2011. Dinamika akad dalam transaksi Ekonomi Syariah. Al-Istishad. Vol.3 (1) hal 27.
- Aprijon. 2013. Kewirausahaan dan Pandangan Islam. Jurnal Menara. Vol 12 (1)
- Wahyono,Eko., Kalopaking,Lala M., Sumarti,Titik., Vitayala,Aida. 2019. Jaringan Digital dan Pengembangan Kewirausahaan Sosial Buruh Migran Perempuan. Jurnal Ilmu Komunikasi Institut Pertanian Bogor. Vol.16 (1)
- Noruzi, M.R., Westover, J H., & Rahimi, G R. 2010. An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneur Era. Asian Social Science. Vol.6 (6). Pp 3-10
- Firdaus,N. 2014. Pengetasan Kemiskinan melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan. Vol.22 (1). Pp 55-67
- Gurrieri,A R. 2013. Networking Entrepreneurs. The journal of socio-economics, Vol.47.pp193-204
- Moyes,D., Ferri, P., Henderson,F. & Whittam, G. 2015. The startways to heaven? The effective use of social capital new venture creation for a rural business. Journal of rural studies. Vol 39. Pp 11-21
- Neves,B B., Fonseca,J.R., 2015. Latent class models in action: Bridging social capital & internet usage. Social science Research. Vol50. pp 15-30
- Fahmi, Irham., Fachruddin, Rudi., Silvia,Vivi. 2019. Analisis E-Business pada keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital (Sebuah Kajian Literatur Studi). Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan. Vol 1 (1).
- Satyawidya,Patricia. 2013. Peran Bank Syari'ah dalam membantu berkembangnya Kewirausahaan di Indonesia. Jurnal Akuntansi AKUNESA. Vol 2 (1)

- Siregar, Budi Gautama. 2015. Peranan Bank Syariah dalam Mengembangkan Kewirausahaan. Jurnal ilmu manajemen dan bisnis Islam. Vol 1 (1) Hal 1-19
- Yusif,B. 2012. Adopting a Spesific Innovation type versus compositon of Different Innovation Type : Case Study of a Ghanaian Bank. International Journal of Bank Marketing.Vol 30. Pp 218-240
- Tahliani,Hani.2020. Tantangan Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19. Jurnal Madani Syariah. Vol.3 (2) pp 92-113
- Bahtiar, Rais Agil dan Saragih, Juli Panglima, 2020. Dampak COVID-19 Terhadap Perlambatan Sektor Ekonomi UMKM. Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis. Bidang ekonomi dan Kebijakan Publik, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR-RI. Vol. XII/No.6/II/Puslit/Maret/2020
- Tahir, Thamrin. dkk. 2020. Perubahan Paradigma Pendidikan dan Ekonomi di Masa Pandemi COVID-19. Peluang Tantangan dan Strategi. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Fernandes, N. (2020). Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. *Available at SSRN 3557504*.
- Hadiwardoyo, Wibowo .2020. Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi COVID-19. Journal Of Business and Entrepreneurship Volume 2 No. 2. E-ISSN: 2623-0089.
- Nugraha, A.L., Sunjoto, A.R., Susilo,Adib. 2019. Signifikansi Penerapan Ekonomi Islam di Perguruan Tinggi : Kajian Teori. Islamic Economic Journal. Vol.5 (1)
- Sina, Peter Garlans. 2012. Analisis Literasi Ekonomi. Jurnal ekonomia. Vol.8 (2)
- Fauziah, Ika Yunia., Riayadi, Abdul Kadir. 2014. Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif *Maqashid Syariah* .Penerbit: Kencana.
- Ahmad, Khursid. 2004. The Challange Of Global Capitalism: An Islamic Perspective, “Policy Perspective”. Vol 1 (1). Pp 1-29

PROFIL PENULIS



Atirah, M.Pd. Lahir pada tanggal 08 Desember 1995 di Pinrang, Sulawesi Selatan. Ditahun 2013 Penulis melanjutkan Pendidikan di bangku Perguruan Tinggi Sarjana (S-1) di Universitas Negeri Makassar, Jurusan Pendidikan Ekonomi dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan studi program Magister (s-2) di Universitas Negeri Malang, Jurusan Pendidikan Ekonomi dan lulus pada tahun 2019. Ditahun yang sama pula 2019 Penulis sempat menjadi Dosen tetap Yayasan Pendidikan STKIP Cokroaminoto Pinrang Prodi Pendidikan Ekonomi Koperasi. Kemudian Pada tahun 2020 Penulis diterima sebagai Dosen Tetap Prodi Hukum Ekonomi Islam, Sekolah Tinggi Ilmu Negeri Agama Islam (STAIN) Majene.

GLOSARIUM

Entrepreneurship

Istilah lain Kewirausahaan yaitu proses mengidentifikasi, mengembangkan membawa visi kedalam kehidupan, visi tersebut berupa ide inovatif, peluang, cara yang baik dalam menjalankan sesuatu usaha atau bisnis

Entrepreneur

istilah lain dari wirausaha atau wirausahawan yaitu orang yang melakukan aktivitas usaha yang dicirikan dengan pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun manajemen operasi hingga pemasaran produk.

Kewirausahaan digital

salah satu bentuk kewirausahaan yang dalam prosesnya mengandalkan digitalisasi atau teknologi informasi dan komunikasi dalam menjalankan usaha atau bisnis

Kewirausahaan Islam

dimaknai dengan dilibatkannya konsep Islam atau hukum Islam dalam mengatur dan mengelolah bisnis atau usaha

Kewirausahaan sosial

konsep wirausaha untuk menciptakan ide ataupun gagasan yang bersifat inovatif dalam rangka menyelesaikan permasalahan sosial

Ekonomi Islam

salah satu bidang ilmu ekonomi yang mempelajari konsep ekonomi hingga masalah-masalah ekonomi yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.

Revolusi Industri 4.0

transformasi yang lebih komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di Industri dengan mengandalkan penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional.

<i>Mashlahah</i>	dengan istilah lain Al-Maslahah yakni suatu gambaran dari meraih manfaat atau menghindari kemudharatan
Literasi ekonomi	literasi ekonomi sebagai acuan untuk mengindikasi atau mengenali konsep-konsep ekonomi serta melakukan tindakan dengan berfikir tepat guna memperbaiki kesejahteraan.
Literasi Ekonomi Islam	kemampuan individu atau sekelompok orang/masyarakat dalam mengidentifikasi masalah, mengenali konsep dasar ekonomi Islam, memahami prinsip-prinsip maupun nilai-nilai Islam dalam kegiatan atau tindakan ekonomi dan mengaplikasikannya kedalam kehidupan sehari-hari sehingga kebermanfaatannya untuk mensejahterahkan
UMKM	Usaha Mikro Kecil Menengah. Usaha yang dilakukan oleh seorang atau kelompok orang yang omset usahanya diatur dalam UU UMKM.
<i>Reseller</i>	sebuah sistem bisnis dimana seseorang membeli produk tertentu dari distributor/ <i>supplier</i> untuk kemudian dijual kembali baik secara grosir ataupun eceran (Menjual Kembali)
<i>Mu'amalah</i>	sebuah hubungan manusia dalam interaksi sosial sesuai dengan syariat Islam.
<i>Merger</i>	penggabungan sesuatu dikarenakan memiliki konsep yang sama walau sebelumnya berada dalam pihak yang berbeda.

BAB XI

BERISLAM DAN BERWIRAUSAHA

Nur Astaman Putra, M.Pd.

Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Majene (STAIN MAJENE)

A. PENDAHULUAN

Islam merupakan ajaran langit dengan kitab sucinya Al-Qur'an. Segala pesan yang terdapat dalam Al-Qur'an merupakan petunjuk kepada jalan yang benar, dan kabar gembira pada semua orang, khususnya kaum Muslim dalam mengerjakan amal shaleh. Al-Qur'an diturunkan Allah SWT yang di wahyukan kepada Nabi Muhammad SAW dengan membawa kebaikan dan kebenaran. Bisriyah (2017) mengemukakan bahwa tujuan diturunkannya Al-Qur'an yaitu sebagai petunjuk (huda'), penerang jalan hidup (bayyinat), pembeda antara yang benar dan yang salah (furqan), penyembuh penyakit hati (syifa), nasihat atau petuah (mau'idzah) dan sumber informasi (bayan). Sebagai sumber informasi, Al-Qur'an mengajarkan banyak hal kepada manusia; dari persoalan keyakinan, moral, prinsip-prinsip ibadah dan muamalah sampai kepada asas-asas ilmu pengetahuan dalam berdagang (wirausaha).

Berdasarkan kajian dalam Al Qur'an, Hadits dan teori-teori serta hasil penelitian, dikemukakan bahwa agama memiliki hubungan terhadap keputusan berwirausaha. Secara khusus, agama Islam sangat kondusif memerintahkan umatnya untuk berwirausaha. Dengan demikian, bukti-bukti empiris menunjukkan bahwa agama mempengaruhi perilaku ekonomi, dan memiliki hubungan dengan para pelaku wirausaha (Fauzan, 2014). Islam mengajak semua Muslim untuk menjadi wirausahawan dalam kehidupan mereka dengan diberikan aturan yang harus diikuti oleh semua Muslim yang berasal dari al-Quran dan al-Hadits. Al- Qur'an dan al-Hadits inilah yang menjadi sumber nilai, sikap, perilaku, dan etika seorang Muslim dalam berwirausaha. Dari Abu Sa'id Al-Khudri r.a, Nabi Muhammad SAW bersabda "*Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya (penuh amanat) adalah*

DAFTAR RUJUKAN

- Bisriyah, N. L. (2017). *Dimensi Ibadah Sosial Dalam Perspektif Qur'an Surah Al -Ma'un*. Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan: Lampung.
- Darojat, O., & Sumiyati, S. (2015). *Konsep-konsep Dasar Kewirausahaan/Entrepreneurship*.
- Dawwabah, A. M. (2005). *The Moslem Entrepreneur*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Djuwaini, D. (2010). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Farid. (2017). *Kewirausahaan Syariah*. Depok: Kencana.
- Fauzan, F. (2014). Hubungan Religiusitas dan Kewirausahaan: sebuah Kajian Empiris dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(2), 147–157.
- Habibah, S. (2015). Akhlak dan etika dalam Islam. *Jurnal Pesona Dasar*, 1(4).
- Harper, D. A. (2003). *Foundations of entrepreneurship and economic development*. Routledge.
- Jamal, M. (2011). Konsep Al-Islam dalam Al-Qur'an. *Al-Ulum*, 11(2), 283–310.
- Khadduri, M. (1984). *The Islamic conception of justice*. JHU Press.
- Kuratko, Donald F. dan Hodgetts, R. M. (1989). *Entrepreneurships: A Contemporary Approach*. Chicago: The Dryden Press.
- Modigliani, F. (1944). Liquidity Preference and The Theory of Interest and Money. *Econometrica, Journal of the Econometric Society*, 45–88.
- Norvadewi, N. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). *Al-Tijary*, 1(1), 33–46.
- Sholihin, A. I. (2019). Riba Dilarang, Bunga Bank Boleh? Tanggapan untuk Mun'im Sirry [2-Habis]. Retrieved from <https://geotimes.co.id/komentar/riba-dilarang-bunga-bank-boleh-tanggapan-untuk-munim-sirry-2-habis/>
- Siegan, B. H. (2011). *Economic liberties and the constitution*. Transaction Publishers.
- Ya'qub, H. (1996). *Etika Islam*. Bandung: CV Diponegoro.

PROFIL PENULIS



NUR ASTAMAN PUTRA, Lahir di Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar, pada tanggal 11 Oktober 1991, anak dari pasangan Tallak dan Sitti Fatimah. Memiliki seorang istri yang bernama Ade Kartikasari Sebba, dan seorang putri cantik bernama Arumi Nasya Astaman. Penulis menempuh pendidikan formal dan terdaftar sebagai siswa di SD Inpres Benteng Jampea pada tahun 1997 dan selesai pada tahun 2003. Pada Tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1

Benteng dan selesai tahun 2006.

Setelah selesai di bangku SMP, penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Benteng dan selesai pada tahun 2009. Setelah selesai di jenjang SMA, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Negeri Makassar (UNM) Program Studi Pendidikan Ekonomi dan selesai pada tahun 2013. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di Program Studi Pendidikan Ekonomi Pascasarjana Universitas Negeri Malang (UM) dan selesai pada tahun 2016. Saat ini penulis mengabdikan diri di kampus Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

BAB XII

ENTREPRENEURIAL COMPETENCE PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Andika Isma, S.Pd., M.M.
Universitas Negeri Makassar

A. PENDAHULUAN

Permasalahan ekonomi di negara berkembang seperti Indonesia tak lepas dari jumlah pengangguran yang tinggi. Hal tersebut terjadi karena Indonesia merupakan negara dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah penduduk di Indonesia hingga September 2020 sebanyak 270,2 juta jiwa (BPS, 2020) dan proyeksi jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 273.9 juta jiwa (Bappenas, 2020). Dengan jumlah penduduk yang tinggi tersebut sehingga berpengaruh terhadap persaingan untuk mendapatkan pekerjaan. Jumlah tenaga kerja yang lebih banyak daripada lapangan pekerjaan dan tingkat pertumbuhan keduanya yang tidak seimbang dari waktu ke waktu akhirnya mengakibatkan banyak penduduk usia produktif yang tidak memperoleh pekerjaan.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), dalam 5 tahun terakhir, jumlah pengangguran di Indonesia cenderung menurun. Namun pada Februari 2020, angka pengangguran kembali meningkat 60 ribu orang. Dari 6,82 juta orang pada Februari 2019 menjadi 6,88 juta orang setahun setelahnya. Data pengangguran ini belum mencakup dampak Pandemi COVID-19. Sebab kasus terkonfirmasi positif pertama COVID-19 baru mencuat pada 2 Maret 2020. DKI Jakarta baru menerapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) pada 10 April lalu, kemudian diikuti wilayah-wilayah lain. Data pengangguran yang terakhir dirilis oleh BPS dimana pada periode Agustus 2020, angka pengangguran mengalami peningkatan sebanyak 2,67 juta orang. Dengan demikian, jumlah angkatan kerja di Indonesia yang menganggur menjadi sebesar 9,77 juta orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arranz, N., Ubierna, F., Arroyabe, M. F., Perez, C., & Fdez. de Arroyabe, J. C. 2017. The Effect of Curricular and Extracurricular Activities on University Students' Entrepreneurial Intention and Competences. *Studies in Higher Education*, 42(11), 1979–2008. <https://doi.org/10.1080/03075079.2015.1130030>
- Athia, I., Saraswati, E. and Normaladewi, A., 2018. Penerapan Business Model Canvas (BMC) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 2(1), 66-75.
- Bhandari, N. C. (2006). Intention for entrepreneurship among students in India. *The Journal of Entrepreneurship*, 15(2), 169-179. doi/abs/10.1177/ 097135570601500204
- Budy, D. A., 2017. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal for Business and Entrepreneurship*, 1(1).
- Chang, J., Rieple, A., Chang, J., & Rieple, A. 2013. Assessing Students ' Entrepreneurial Skills Development in Live Projects. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 225-241. <https://doi.org/10.1108/14626001311298501>
- Collins, L., Hannon, P. D., & Smith, A. (2004). Enacting entrepreneurial intent: the gaps between student needs and higher education capability. *Education + training*, 46(8/9), 454-463.
- Dahleez, K. A. 2009. The Role of Business Incubators in Developing Entrepreneurship and Creating New Business Start-ups in Gaza Strip. Master research, Islamic University-Gaza.
- Driessen, M. P., & Zwart, P. S. 2007. The Entrepreneur Scan Measuring Characteristics and Traits of Entrepreneurs, (1989). Retrieved from www.necarbo.eu/files/E-scan%2520MAB%2520Article.pdf.

- Fayolle, A. & Gaily, B. 2008. From Craft to Sience. Teaching Models and Learning Proccses in Entrepreneurship Education, *Journal of European Industrial Training*. 32(7), 569-593.
- Fayolle, A., & Degeorge, J. M. (2006). Attitude, intentions, and behaviour: New approaches to evaluating entrepreneurship education. *International Entrepreneurship Education. Issues and Newness*, 74-89.
- Fiet, J. O. 2001. The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 101–117. [https://doi.org/10.1016/S08839026\(99\)00042-7](https://doi.org/10.1016/S08839026(99)00042-7)
- Gibb, A. 2002. In Pursuit of New Enterprise and Entrepreneurship Paradigm for
- Gorman, G., Hanlon, D. and King, W. 1997. Some Research Perspectives On Entrepreneurship Education, Enterprise Education And Education For Small Business Management. *International Small Business Journal*, 15 (3), pp. 56-77
- Green, R., David, J., & Dent, M. 1996. The Russian Entrepreneur : a Study of Psychological Characteristics, 2(1), 49–58.
- Gunawan. .2019. *Mencari Peluang di Revolusi Industri 4.0 untuk Melalui Era Disrupsi 4.0*. Sumber: <https://books.google.co.id> (Diakses pada tanggal 13 Maret 2021).
- Hampden-Turner, C. M., & Trompenaars, F. 2002. A mirror-image world: doing business in Asia. *Managing across cultures: Issues and perspectives*, 284.
- Heinonen, J. & Poikkijoki, S. 2006. An Entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible?. *Journal of Management Development*, 25(1), 80-94.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. 2005. Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education+ Training*, 47(2), 98-111.
- Honig, B. 2004. Entrepreneurship education: Toward a model of contingency based business planning. *Academy of Management*

- Learning & Education*, 3(3), 258-273.
doi/abs/10.5465/amle.2004.14242112
- ILO. 2005. Modul 1: *Apakah Usaha dan Kewirausahaan Itu?* Turin, Italy: International Training Centre, ILO.
- ILO. 2005b. Modul 2: *Siapa Wirausaha Itu?* Turin, Italy: International Training Centre, ILO.
- ILO. 2005c. Modul 3: *Bagaimana Seharusnya Wirausaha Bersikap dan Bertindak?* Turin, Italy: International Training Centre, ILO.
- ILO. 2005d. Modul 4: *Bagaimana Menjadi Seorang Wirausaha?* Turin, Italy: International Training Centre, ILO.
- Ismail, V. Y., & Zain, E. 2015. The Portrait of Entrepreneurial Competence on Student Entrepreneurs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169 (August 2014), 178–188.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.300>
- Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. 2016. The impact of entrepreneurship education: A study of Iranian students' entrepreneurial intentions and opportunity identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187-209.
doi/abs/10.1111/jsbm.12137
- Katz, A.H. 1981. Self-Help And Mutual Aid: An Emerging Social Movement?. *Annual Review of Sociology*, Vol.7, pp. 129-55.
- Kuratko, D.F. 2005. The Emergence Of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (5), 577-598.
- Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways of doing Things and New Combinations of Knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269. <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00086>
- Lee, J., Lapira, E., Bagheri, B., & Kao, H. 2013. Recent Advances and Trends in Predictive Manufacturing Systems in Big Data Environment. *Manuf. Lett.* 1 (1), 38–41.
- Liffler, M., & Tschiesner, A. 2013. *The Internet of Things and The Future of Manufacturing*. McKinsey & Company.

- Linan, F. 2004. Intention-based models of Entrepreneurship Education. *Piccolo Impresa / Small Business*, 3, 11–35.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-010-0154-z>
- Lubis, P.K.D., 2018. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. *NIAGAWAN*, 7(2), 95-101.
- Lüthje, C., & Franke, N. 2003. The „making“ of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering Students at MIT. *R&d Management*, 33(2), 135-147. doi/abs/10.1111/1467-9310.00288
- Marques, L. A., & Albuquerque, C. 2012. Entrepreneurship Education and The Development of Young People Life, 1(2), 55–68.
- Martin Cruz, N., Rodriguez Escudero, A.I., Barahona, J.H. and Leitaó, F.S. 2009. The Effect of Entrepreneurship Education Programmes On Satisfaction With Innovation Behaviour And Performance. *Journal of European Industrial Training*, 33 (3), 198-214.
- McClelland, D. C. 1986. Characteristics of Successful Entrepreneurs. U.S. *Small Business Administration*. 21(3), 219–233.
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. 2010. Entrepreneurial Competencies: A Literature Review and Development Agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(2), 92–111. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Molaei, R., Reza Zali, M., Hasan Mobaraki, M., & Yadollahi Farsi, J. (2014). The impact of entrepreneurial ideas and cognitive style on students entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(2), 140-162.
- Nalling, Z. and Jannah, R., 2018. Pengaruh Efektifitas Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Bone. *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)*, 1(1), 51-57.

- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. 2010. The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002>.
- Peris, F. J. S. i, & Ros, C. R. 2014. Development of Entrepreneurial Competence Through Practicum in Pedagogy Degree. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139, 116–122. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.038>
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students’ perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(2), 129-144.
- Peterman, N.E. and Kennedy, J. 2003. Enterprise Education: Influencing Participants’ Perceptions Of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28 (2), 129-144.
- Politis, D. (2005). The Process of Entrepreneurial Learning: A Conceptual Framework. *Entrepreneurship Theory and Practise*, (July), 399–424.
- Prasetyo, H dan Sutopo, W. (2018). Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset. *Jurnal Teknik Industri*, 13 (1), Januari 2018.
- Schwab, K. (2017). The Fourth Industrial Revolution. Switzerland: Penguin.
- Seet, P.S. and Seet, L.C. 2006. Changing Entrepreneurial Perceptions And Developing Entrepreneurial Competencies Through Experiential Learning: Evidence From Entrepreneurship Education In Singapore’s Tertiary Education Institutions. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 2 (2), 143-171.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591. doi: 10.1016/j.jbusvent.2006.05.002
- Suryana. 2001. Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Taipale-Erävala, K., Lampela, H., & Heilmann, P. 2015. Survival Skills in SMEs—Continuous Competence Renewing and Opportunity

- Scanning. *Journal of East-West Business*, 21(1), 1–21.
<https://doi.org/10.1080/10669868.2014.959232>
- Thomas, I. & Herrisier, R.L. 1991. *Managerial Competencies for Effective Performance at Senior Levels in Government*, Senior Staff Course, Hong Kong.
- Tjandrawina, R.R. 2016. Industri 4.0: Revolusi Industri Abad Ini dan Pengaruhnya pada Bidang Kesehatan dan Bioteknologi. *Jurnal Medicinus*, 29 (1), Edisi April.
- Urban, B. 2006. Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: a Prospect For Higher Education? *Education as Change*, 10(1), 85–103. <https://doi.org/10.1080/16823200609487131>
- Wijayanti, D., M. *Guru Zaman Now (Guruku, Sahabatku)*, Semarang: Formaci.
- Yahya, M. (2015). Analisis Wawasan Kejuruan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Teknik Otomotif Universitas Negeri Makassar. *Journal Mekom (Media Komunikasi Pendidikan Kejuruan)*, 2 (1), 1-9.

PROFIL PENULIS



Andika Isma, S.Pd., M.M. Lahir di Pinrang, Sulawesi Selatan pada tanggal 5 April 1997. Ditahun 2015 Penulis melanjutkan Pendidikan di Perguruan Tinggi Program Sarjana (S-1) di Universitas Negeri Makassar, Program Studi Pendidikan Ekonomi dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan studi Program Magister (S-2) di Universitas Negeri Malang, Program Studi Manajemen dan lulus pada tahun 2021. Ditahun yang sama Penulis menjadi Dosen Luar Biasa di Program Studi Kewirausahaan, Jurusan Bisnis dan Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar.

GLOSARIUM

Addictive manufacturing	Merupakan terobosan baru teknologi di industri manufaktur yang semakin menambah kemudahan dalam memproduksi barang.
Argumented reality	Teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi dan ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut secara realitas dalam waktu nyata.
Artificial intelegence	Istilah lain dari Kecerdasan Buatan yaitu salah satu bagian dari ilmu komputer yang mempelajari bagaimana membuat mesin (komputer) dapat melakukan pekerjaan seperti dan sebaik yang dilakukan oleh manusia, bahkan bisa lebih baik daripada yang dilakukan manusia.
Big data	Istilah yang menggambarkan volume besar data – baik terstruktur maupun tidak terstruktur – yang membanjiri bisnis sehari-hari.
Cloud computing	Sebuah proses pengolahan daya komputasi melalui jaringan internet yang memiliki fungsi agar dapat menjalankan program melalui komputer yang telah terkoneksi satu sama lain pada waktu yang sama.
Competence	istilah lain dari Kompetensi yaitu kemampuan atau kecakapan yang dimiliki oleh seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan atau tugas di bidang tertentu, sesuai dengan jabatan yang disandangnya.
Cyber security	Merupakan teknologi, proses dan praktik yang dirancang untuk melindungi jaringan, komputer, program dan data dari serangan, kerusakan atau akses yang tidak sah.

Digital marketing	Suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah <i>brand</i> atau produk menggunakan media digital atau internet.
e-book	Istilah lain dari buku digital yaitu jika buku pada umumnya terdiri dari gabungan kertas yang dapat berisikan teks atau gambar, maka buku-el berisikan informasi digital yang juga dapat berwujud teks atau gambar
Education	Istilah lain dari Pendidikan yaitu pembelajaran pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian. Pendidikan sering terjadi di bawah bimbingan orang lain, tetapi juga memungkinkan secara otodidak.
e-learning	Istilah lain dari suatu sistem atau konsep pendidikan yang memanfaatkan teknologi informasi dalam proses belajar mengajar.
e-library	Istiah lain dari Perpustakaan Digital yaitu sebuah sistem perpustakaan yang menggunakan media elektronik dalam menyampaikan informasi dan sumber daya yang dimilikinya.
Entrepreneur	istilah lain dari wirausaha atau wirausahawan yaitu orang yang melakukan aktivitas usaha yang dicirikan dengan pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun manajemen operasi hingga pemasaran produk.
Entrepreneurial	Istilah lain Kewirausahaan yaitu proses mengidentifikasi, mengembangkan membawa visi kedalam kehidupan, visi tersebut berupa ide inovatif, peluang, cara yang baik dalam menjalankan sesuatu usaha atau bisnis

<i>Entrepreneurship</i>	Istilah lain Kewirausahaan yaitu proses mengidentifikasi, mengembangkan membawa visi kedalam kehidupan, visi tersebut berupa ide inovatif, peluang, cara yang baik dalam menjalankan sesuatu usaha atau bisnis
Experiential learning	Sebuah proses pembelajaran dimana para pembelajar menggabungkan pengetahuan, keterampilan dan nilai melalui pengalaman-pengalaman langsung.
Hard skills	Kemampuan yang dapat diasah dan dipelajari melalui latihan dan pendidikan.
Integrated system	Merupakan sebuah rangkaian proses untuk menghubungkan beberapa sistem komputerisasi dan software aplikasi, baik secara fisik maupun secara fungsional.
learning by doing	Isitlah lain dari belajar dengan melakukan yaitu seseorang yang melakukan sesuatu yang belum ia ketahui sebelumnya dan karena dia melakukannya dia jadi tahu
Online marketing	Suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan.
Revolusi Industri 4.0	transformasi yang lebih komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di Industri dengan mengandalkan penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional.
Robotic	Merupakan satu cabang teknologi yang berhubungan dengan ayen, konstruksi, operasi, disposisi struktural, pembuatan, dan aplikasi dari robot.
Soft skills	Kemampuan komunikasi, karakteristik seseorang, kecerdasan sosial yang melekat, serta

Start-up	kemampuan beradaptasi dengan baik di dalam kehidupan maupun dunia kerja. Sebuah usaha yang baru berjalan dan menerapkan inovasi teknologi untuk menjalankan core business-nya & memecahkan sebuah masalah di masyarakat.
UKM	Usaha Kecil Menengah. Usaha yang dilakukan oleh seorang atau kelompok orang yang omset usahanya diatur dalam UU UKM.

BAB XIII

TANTANGAN STRATEGIS KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG BERKELANJUTAN PADA ERA EKONOMI DIGITAL

Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana, S.Pd.
Universitas Gadjja Mada

A. PENDAHULUAN

Di era pertumbuhan ekonomi digital semakin hari semakin melejit. Bidang ekonomi digital berkembang semakin muktahir dengan segala perubahan yang bahkan tidak pernah diekspektasi sama sekali. Keadaan ini tidak dapat dilepaskan dari perkembangan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan menggunakan aplikasi serba canggih, yaitu menggunakan bantuan media internet. Tantangan bagi para wirausahawan mau tidak mau, suka tidak suka harus mengikuti dan menyelaraskan dengan lompatan-lompatan kemajuan di bidang digital termasuk di dalamnya transaksi digital. Tantangan ini bisa mengarahkan setiap individu termasuk para wirausahawan berkembang kearah yang positif atau sebaliknya menjadi boomerang yang berdampak negatif, jika tidak dilakukan reformasi terhadap pola pikir, kebiasaan dan perencanaan yang visioner.

Jika kita mengkaji lebih dalam perubahan teknologi ini juga membentuk perubahan paradigma baru terhadap bagaimana manusia sebagai pelaku utama terdampak oleh kecanggihan teknologi. Sugiat (2020) mengemukakan. Sebuah fenomena yang mana perubahan paradigma dari *Human Resources* menjadi *Human Capital Development* di era digital saat ini, sehingga terjadinya sinergi diantara pemangku kepentingan dalam membangun negara. Sebagai salah satu contoh di negara berkembang, Indonesia oleh dunia dipandang sebagai wilayah strategis, wilayah tumbuh dan berkembangnya ekonomi digital, dan semakin bermunculan inovasi dalam bidang ekonomi lebih spesifik ialah di dunia bisnis. Tamasek melaporkan bahwa ekonomi digital di Idonesia tahun 2019 mencetak US\$ 40 milyar atau setara dengan Rp.556,60 trilyun ([www.liputan 6.com](http://www.liputan6.com)).

DAFTAR RUJUKAN

- Sugiat, M. A. (2020). PENGEMBANGAN SDM UNGGUL BERBASIS COLLABORATIVE STRATEGIC MANAGEMENT. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 1-9.
- Kasidi, K. (2020). Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 17-23
- Allen, P. L. (2015). Toward a new HR philosophy. Retrieved January 8, 2020, from McKinsey Quarterly website: <https://www.mckinsey.com/businessfunctions/organization/ourinsight/s/toward-a-new-hr-philosophy>
- Johnson, G., Scholes, K. (2003). "What is strategy", available from http://www.tutor2u.net/business/strategy/what_is_strategy.htm [retrieved April 12, 2004].
- Saori, S., Nurmala, R., & Komariah, K. (2020). TINJAUAN LITERATUR KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM). *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(2), 85-101.
- Ellitan, L. (2002). Praktik-praktik pengelolaan sumber daya manusia dan keunggulan kompetitif berkelanjutan. *Jurnal manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 65-76.
- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). "The digital entrepreneurial ecosystem", *Small Business Economics*, 49(1), 55–73. doi:10.1007/s11187-017-9867-5
- Wahjusaputri, S., & Siregar, A. F. (2018). Kewirausahaan (Entrepreneurship) Berbasis Manajemen Strategik bagi Wirausaha Baru di Kecamatan Kebayoran Lama Utara, Jakarta Selatan. *Proceeding of Community Development*, 1, 333-342.
- Kraus, S., Kauranen, I., Reschke, C. H. (2011). Identification of domains for a new conceptual model of strategic entrepreneurship using the configuration approach. *Management Research Review*, 34(1), 58–74.

- Widyaningdyah, A. U., & Aryani, Y. A. (2013). Intellectual Capital dan Keunggulan Kompetitif (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur versi Jakarta Stock Industrial Classification-JASICA). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 15(1), 1-14.
- Sundararajan, A., Provost, F., Oestreicher-Singer, G., & Aral, S. (2013). Research Commentary: Information in Digital, Economic, and Social Networks. *Information Systems Research*, 24(4), 883-905. Retrieved August 24, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/24700281>
- SMITH, C., SMITH, J. B. & SHAW, E. 2017. Embracing digital networks: Entrepreneurs' social capital online. *Journal of Business Venturing*, 32, 18-34.
- Sayekti, N. W. (2018). Tantangan perkembangan ekonomi digital di indonesia. *Info singkat*, 10(5), 19-24.
- Aral S, David V (2012) The anatomy and dynamics of vision advantages. Proc. 33rd Annual Internat. Conf. Inform. Systems, Orlando, FL.
- Oktay H, Taylor BJ, Jensen D (2010) Causal discovery in social media using quasi-experimental designs. 1st Wo
- Santi, M. (2018). Peran Perusahaan Asuransi Syariah Unit Link dalam Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia: Mei Santi. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 5(02), 93-112.
- Budiarta, K., Ginting, S. O., & Simarmata, J. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hussein, A. S. (2018). *Metode Design Thinking untuk Inovasi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Mootee, I. (2013). *Design thinking for strategic innovation: What they can't teach you at business or design school*. John Wiley & Sons.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S.M. and Sexton, D. L. (2001b). Guest editor's introduction to the special issue—strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22(6/7), 479–491.
- Associate, S.A., 2012. "Effect of Core Competence on Competitive Advantage and Organizational Performance", *International Journal of Business and Management* , Vol.7, No.1, pp.192–205.

- Russell, S.N. & Millar, H.H., 2014. "Exploring the Relationships among Sustainable Manufacturing Practices , Business Performance and Competitive Advantage : Perspectives from a Developing Economy", *Journal of Management and Sustainability* ,Vol. 4, No. 3, pp.37–54.
- ADIETYA, K., Miyasto, M., & SUGIARTO, Y. (2016). *Analisis Pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi (Studi Pada UKM makanan di kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Porter, Michael, 2001. *Competitive Strategy*. Jakarta : PT. Gramedia
- Ehmke, C. (2011.) *Strategies for competitive advantage*. Retrieved September 16, 2013 from University of Wyoming, Department of Agricultural and Applied Economics.
- Lee, J. S. & Hsieh, C. J. (2010). A research in relating entrepreneurship, marketing capability, innovative capability, and sustained competitive advantage. *Journal of Business & Economics Research*, 8 (9), 109-119.
- Helms, M. M. (1996). Perspectives on quality and productivity for competitive advantage. *The TQM Magazine*, 8 (3), 5-10
- Hana, U. (2013). Competitive advantage achievement through innovation and knowledge. *Journal of Competitiveness*, 5 (1), 82-96
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 13(1), 8-16.
- Siswoyo, B. B. (2009). Pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan dosen dan mahasiswa. *Jurnal ekonomi bisnis*, 14(2), 114-123.
- Yaghoobi, Salarzehi, Aramesh & Akbari, 2010, "An Evaluation of Independent Entrepreneurship Obstacles in Industrial SMEs", *European Journal of Social Sciences*, pp. 33-45.
- Sari, A. P., Anggraini, D. D., Sari, M. H. N., Gandasari, D., Siagian, V., Septarini, R. S., ... & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Yayasan Kita Menulis.
- Firmansyah, M. A., SE, M., Anita Roosmawarni, S. E., & SE, M. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Penerbit Qiara Media.

- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi.
- Certo, S. &. (2010). *Strategic Management*. New York: McGraw Hill
- Clausewitz, C. v. (2013). *Principles of War*, translated and edited with an Introduction by Hans W. Gatzke . New York: Dover Publications Inc.
- Porter, M. E. (2010). *Competitive Strategy ; Techniques For Analizing Industries And Competitors*. London: The Free Press
- David. (2012). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Jackson, S. &. (2013). *Human Resource Planning: Challenges for Industrial/Organization Psychologists*. New York: West Publishing Company .
- Garud, R., Gehman, J., & Tharchen, T. (2018). Performativity as ongoing journeys: Implications for strategy, entrepreneurship, and innovation. *Long Range Planning*, 51(3), 500–509. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.02.003>
- Grant, R. M. (1996). Towards a Knowledge-based Theory of Firm. *Strategic Management Journal*, 17, 109–122.
- Salunke, S., Weerawardena, J., & McColl-Kennedy, J. R. (2019). The central role of knowledge integration capability in service innovation-based competitive strategy
- Webb, J. W., Ketchen, D. J., & Ireland, R. D. (2010). Strategic entrepreneurship within family-controlled firms: Opportunities and challenges. *Journal of Family Business Strategy*, 1(2), 67–77. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2010.04.002>
- Ferrari, A., Cachia, R., & Punie, Y. (2009). Innovation and Creativity in Education and Training in the EU Member States: Fostering Creative Learning and Supporting Innovative Teaching Literature review on Innovation and Crea Entrepreneurship Competence View project SWAMI-Safeguards in a World of Am, (January), 1–65. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/265996963>
- Georgellis, Y., Joyce, P., & Woods, A. (2000). Entrepreneurial action, innovation and business performance: the small independent business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 7(1), 7–17. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006801>

Markowska, M., Grichnik, D., Brinckmann, J., & Kapsa, D. (2019). Strategic orientations of nascent entrepreneurs: antecedents of prediction and risk orientation. *Small Business Economics*, (Sarasvathy 2001). <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0107-4>

PROFIL PENULIS



Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana., S.Pd. Lahir di Ujung Pandang, Sulawesi Selatan pada tanggal 20 November 1997. Ditahun 2016 Penulis melanjutkan Pendidikan di Perguruan Tinggi Program Sarjana (S-1) di Universitas Negeri Makassar, Program Studi Pendidikan Ekonomi dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun yang sama penulis langsung melanjutkan studi Program Magister Double Degree (S-2) di Universitas Hasanuddin, Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan dan Universitas Universitas Gadjia Mada Program Studi Ilmu Ekonomi.

GLOSARIUM

Manajemen

adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, aktivitas anggota organisasi, dan kegiatan yang menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan

disruptif teknologi

ditandai dengan munculnya pola bisnis baru yang mengandalkan kemajuan teknologi khususnya teknologi informatika atau yang biasa disebut dengan dalam jaringan.

Artificial intelligence

Istilah lain dari Kecerdasan Buatan yaitu salah satu bagian dari ilmu komputer yang mempelajari bagaimana membuat mesin (komputer) dapat melakukan pekerjaan seperti dan sebaik yang dilakukan oleh manusia, bahkan bisa lebih baik daripada yang dilakukan manusia.

Big data

Istilah yang menggambarkan volume besar data – baik terstruktur maupun tidak terstruktur – yang membanjiri bisnis sehari-hari.

Competence

istilah lain dari Kompetensi yaitu kemampuan atau kecakapan yang dimiliki oleh seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan atau tugas di bidang tertentu, sesuai dengan jabatan yang disandangnya.

Strategi

dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan

Digital marketing

Suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand* atau produk menggunakan media digital atau internet.

Digital Economics

merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik

	sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi.
Digital networks	layanan yang menyediakan Instalasi Jaringan Network Komputer & Server.
Education	Istilah lain dari Pendidikan yaitu pembelajaran pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian. Pendidikan sering terjadi di bawah bimbingan orang lain, tetapi juga memungkinkan secara otodidak.
Entrepreneur	istilah lain dari wirausaha atau wirausahawan yaitu orang yang melakukan aktivitas usaha yang dicirikan dengan pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun manajemen operasi hingga pemasaran produk.
Entrepreneurial	Istilah lain Kewirausahaan yaitu proses mengidentifikasi, mengembangkan membawa visi kedalam kehidupan, visi tersebut berupa ide inovatif, peluang, cara yang baik dalam menjalankan sesuatu usaha atau bisnis
Entrepreneurship	Istilah lain Kewirausahaan yaitu proses mengidentifikasi, mengembangkan membawa visi kedalam kehidupan, visi tersebut berupa ide inovatif, peluang, cara yang baik dalam menjalankan sesuatu usaha atau bisnis
Hard skills	Kemampuan yang dapat diasah dan dipelajari melalui latihan dan pendidikan.
e-transaction	adalah merupakan metode pembayaran elektronik yang terenkripsi dan merupakan teknologi yang

e-commerce	dirancang khusus untuk transaksi yang menggunakan kartu kredit melalui internet merupakan kumpulan teknologi, aplikasi, dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen untuk melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang, dan pertukaran informasi melalui internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya
e-bussiness	adalah suatu kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis meliputi transaksi, jual-beli, bisnis yang memanfaatkan perangkat elektronik atau dengan internet sehingga perusahaan dapat langsung berinteraksi dengan customer, supplier maupun rekan bisnis melalui sistem pemrosesan data
Online marketing	Suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan.
Revolusi Industri 4.0	transformasi yang lebih komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di Industri dengan mengandalkan penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional.
Strategic Entrepreneurship	merupakan perilaku yang simultan dalam mencari peluang (<i>opportunity-seeking</i>) dan sekaligus mencari keunggulan (<i>advantage-seeking</i>) kinerja perusahaan yang unggul.
Soft skills	Kemampuan komunikasi, karakteristik seseorang, kecerdasan sosial yang melekat, serta kemampuan beradaptasi dengan baik di dalam kehidupan maupun dunia kerja.

BAB XIV

STUDY ON THE FINANCIAL SUPPORTING PATTERN OF PUBLIC CULTURAL SERVICES

Syamsu Rijal, S.E., M.Si. Ph.D.
Universitas Negeri Makassar

A. PUBLIC CULTURAL SERVICES IN CHINA

1. The external borders and internal structure of public cultural services in china

Although it has become a consensus for the government to ensure the supply of public cultural services, governments' commitment on cultural services vary. If the government expects its citizens to enjoy higher levels of public cultural services, its financial input will be larger in order to correct the distortion caused by "positive externalities" in the provision of cultural services. In China, the public cultural services include two main items: culture and media.

The academic circles haven't reached a consensus on the internal structure of public cultural services. The author thinks that cultural services in China can be grouped into three categories: public cultural facilities, public cultural products or services, and public cultural supporting system. The cultural service facilities include public libraries, museums, cultural centers (gallery), cultural centers in towns and other cultural venues and other facilities. It has become a consensus that the central government is responsible for the overall provision of cultural facilities. The public cultural products or services include mass cultural activities, cultural heritage protection, basic radio and television services, emergency broadcast service, ethnic published text and language radio, etc. It's still a controversial issue on whether the central government should provide this type of service. Part of the scholars believe the government should fund them because they are

DAFTAR PUSTAKA

- Joanna Woronkowicz, Bonnie Nichols, Sunil Iyengar. How the United States Funds the Arts[R]. U.S.: NEA's Office of Research and Analysis, 2012.
- Kigyo Mecenat Kyogikai. Mécénat Report 2009[R]. Japan: Association for Corporate Support of the Arts, 2009.
- Peter Duelund. The Nordic Cultural Model Summary[M]. Copenhagen: Nordic Cultural Institute, 2003.
- Chen Wei. System of Public Cultural Services Research. Shenzhen: Shenzhen Press Group Publishing House, 2006.
- He Guangqian, Zhao Yingji. How does Public Finance Support the Construction of Public Cultural Service System. Journal of Business and Management, 2008 (s1).
- Jiang Guanghua. Study on the Financial Input Mechanism of Public Cultural Services. Journal of Intelligence Science and Technology, 2011 (1).
- Sui Dangchen, Li Pan, Shi Zhenru. The Study on the Fiscal Policy of Perfecting the Public Cultural Service System. Journal of Shanghai Management Science, 2012 (3).
- Wang Liesheng. The Draft of cultural System Innovation. Beijing: China Film Press, 2011.
- Wu Licai. The Unequalized Rural Culture Service and its Improvement Countermeasures, Journal of Central China Normal University (Humanities and Social Science Edition), 2008 (3).

PROFIL PENULIS



Syamsu Rijal, S.E., M.Si., Ph.D. Lahir di Ujung Pandang, 26 Desember 1973. Beliau lulus S1 di Program Studi Manajemen, Universitas Hasanuddin Tahun 1999, kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Ekonomi Sumberdaya Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin dan lulus pada Tahun 2005. Pada Tahun 2017 beliau mendapatkan gelar Ph.D sebagai lulusan S3 pada Program *Economics and Business Faculty of Central China Normal University*. Sekarang ini beliau merupakan Dosen tetap Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar.

What substantive economic understandings might be the most important for young people to have in the 21st century?

Para penulis dalam buku ini memiliki kepercayaan bahwa masyarakat, khususnya kaum muda membutuhkan pemahaman tentang bagaimana sistem pasar mengurangi kemiskinan dan menghasilkan kekayaan. Banyak ahli yang telah menulis tentang pentingnya penciptaan kekayaan sejak zaman Adam Smith. Namun, meskipun topik tersebut telah banyak dibahas, urgensi penting topik tersebut dalam perspektif pendidikan ekonomi bagi suatu negara masih merupakan suatu kajian yang sifatnya kontemporer, khususnya di abad 21. Lantas, apa saja ciri-ciri bangsa yang mampu mencapai tingkat kekayaan yang tinggi? Dalam berbagai literatur, hal ini bukanlah merupakan rahasia yang besar. Negara-negara kaya, bahkan yang memiliki perbedaan besar dalam sejarah, geografi, dan budaya memiliki karakteristik kelembagaan tertentu, yang dalam tema besar buku ini akan dilihat dari perspektif literasi ekonomi dan literasi kewirausahaan. Literasi ekonomi dan literasi kewirausahaan penting bagi suatu negara karena kewirausahaan akan menciptakan lapangan kerja baru, menyerap tenaga kerja, dan mendorong kemandirian di masyarakat. Oleh karena itu, jumlah pengusaha bisa digunakan sebagai indikator keunggulan dan daya saing sebuah negara. Pengusaha lahir dari ide usaha masing-masing. Kewirausahaan menunjukkan adanya inovasi masyarakat. Hal tersebut berarti masyarakat memiliki kemandirian untuk menyelesaikan masalah yang ada dan berusaha meningkatkan taraf hidupnya, tidak selalu menunggu tindakan pemerintah. Kewirausahaan juga akan memunculkan persaingan bisnis. Setiap pengusaha harus terus berpikir kreatif, inovatif, dan visioner dalam mengembangkan usahanya agar bisa lebih banyak menjangkau pelanggan dan unggul dari para pelaku usaha lainnya. Berdasarkan perspektif tersebut, dengan bangga Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar mempersembahkan buku sederhana ini.



CV. Tahta Media Group
Klaten, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : [tahtamedia](https://www.instagram.com/tahtamedia)
Telp/WA : +62 813 5346 4169

ISBN 9 78-623-6436-54-7



9 786236 436547